NICULESCU

DAISY KENDRICK

Clima se schimbă

Noi de ce nu putem?

Citim. Știm.

Despre autor

Daisy Kendrick a absolvit Universitatea Northeastern din Boston, după care a lucrat ca stagiară la sediul central al Organizației Națiunilor Unite (ONU) din New York, pentru Misiunea Permanentă din Grenada. Apoi a înființat *Ocean Generation* (OG), revoluționând ideea de organizație caritabilă. Ea a creat această organizație deoarece era extrem de nemulțumită de lipsa de conştientizare şi acțiune pentru conservarea climei şi oceanelor din partea milenialilor şi a Generației Z. *Ocean Generation* se foloseşte de mass-media şi tehnologie pentru a informa, a educa şi a schimba comportamente la nivel global. Daisy Kendrick a fost cea mai tânără persoană distinsă cu un premiu *Marie Claire Future Shaper* în 2018, iar Daily Mail a inclus-o în *Top 50 Femei Remarcabile* din Marea Britanie.

DAISY KENDRICK
Fondatoarea *Ocean Generation*

Clima se schimbă

Noi de ce nu putem?

Traducere: Livia-Elena Gyöngyősi

NICULESCU

Cuprins

Mulțumiri **7**

Introducere **9**

1. Schimbarea climatică: o introducere 23
2. Știre de interes… plastic 47
3. Adevărul urât despre modă 77
4. Fiecare bucățică de mâncare contează 107
5. Este un stil de viață, nu o modă 144
6. Proba viitorului: rețelele sociale și „afacerile cu un scop” 177
7. Oamenii și planeta noastră 213

Concluzie: clima se schimbă – tu vrei să te schimbi? ... 242

Gânduri despre schimbările climatice 253

Note 257

Mulțumiri

Doresc să le mulțumesc celor care au împărtășit cu mine povești personale, gânduri, citate și cuvinte – ei au contribuit la alcătuirea acestei cărți, ca voce colectivă în discursul pe probleme climatice.

De asemenea, le mulțumesc și următorilor:

Brad Davidson, pentru că a fost un sprijin constant pentru mine pe parcursul scrierii acestei cărți. Ideile și sugestiile sale au fost incredibil de valoroase.

Jillian Young, editorul meu, pentru că mi-a oferit această șansă și pentru că a avut atât de multă răbdare cu mine.

Echipei de la Little Brown Book Group, pentru că își dau seama că schimbarea climatică este o amenințare reală și cu cât va fi publicată mai multă literatură pe tema aceasta, cu atât vom putea face mai mulți oameni să conștientizeze nevoia de schimbare.

Această carte le oferă o voce oamenilor ale căror vieți suferă modificări dramatice din cauza schimbărilor climatice. Primele și cele mai afectate zone sunt cele mai sărace de pe Pământ, care totodată sunt și cele mai puțin reprezentate și susținute și nu au o platformă pe care să-și împărtășească poveștile. De asemenea, această carte este pentru cei care nu sunt încă aici, deoarece încă nu s-au născut. Cartea îți cere să empatizezi cu cei nenăscuți și cu oamenii săraci din partea de sud a globului și să-ți schimbi stilul de viață pornind de la nevoile acestora – ceea ce omenirea n-a mai făcut până acum.

Introducere

„Fă tot ce este posibil până când înveți cum să faci mai bine. Atunci când știi să faci mai bine, fă mai bine."

Maya Angelou

S-ar putea să citești cartea aceasta în timp ce stai într-o cafenea șic, cu un *caffé latte* din ovăz aburind alături (ovăz, căci laptele nu este bine văzut în locurile la modă). Pe masă, lângă latte, se află iPhone-ul tău, pe care tocmai ți-ai verificat contul de Instagram, o platformă online a unei rețele sociale care îți umple subconștientul cu un conținut probabil inutil, dar în general plăcut privirii. Și, tot acum, chelnerul îți aduce o tartină cu avocado.

Poate ar trebui să pozezi sandviciul și să le arăți și prietenilor imaginea? Minunat mod de a-ți petrece timpul! Sau poate ar fi mai util să continui să citești această carte, ca să afli că este nevoie, în medie, de 272 de litri de apă ca să produci un singur avocado? Fructul acela mic are propria amprentă de carbon și s-ar putea chiar să fi contribuit la seceta devastatoare care a cuprins regiunea în care a fost crescut. (Nu-ți face griji, chiar dacă nu ești genul de persoană care mănâncă avocado pe pâine în mod curent, pe măsură ce citești mai departe, vei întâlni o mulțime de alte exemple.)

Cât de mult se va mai încălzi planeta noastră? Când vom observa că temperatura planetei a crescut cu două, trei sau chiar patru grade Celsius? Cu cât va creşte nivelul mării în 2030, 2050 şi 2100? Ce oraşe vor fi inundate mai întâi, ce păduri se vor usca şi care populaţii vor fi primele ce vor muri de foame?

Poftim, ce-ai spus?

Prin acţiunile noastre am reuşit să creştem acest monstru numit *schimbare climatică*. Este cea mai mare provocare cu care se confruntă omenirea. O provocare care depăşeşte, poate, imaginaţia, cu consecinţe mult mai adânc legate de politică, economie şi interese personale decât ar crede oricare dintre noi. De asemenea, sigur că este mai uşor să ignori schimbările climei atunci când nu-i vezi efectele în locul în care trăieşti şi, ca urmare, să ai o scuză că nu acţionezi în niciun fel. Sau, dacă pur şi simplu eşti dintre cei care neagă fenomenul, perspectiva schimbării climei nu ţi-a prea dat bătăi de cap. Dar cartea aceasta s-ar putea să schimbe felul în care vezi lucrurile.

Din Londra până la New York şi Mumbai, o mulţime de oameni cunosc doar la suprafaţă (în cazul în care au măcar habar de asta) cât de gravă este problema schimbării climatice. Pe măsură ce temperatura planetei creşte, vor apărea o mulţime de consecinţe, cum ar fi dezastrele naturale, foametea şi seceta. Ştim că în numai 40 de ani, oamenii au distrus 60% din populaţia totală a animalelor.[1]

Oceanele noastre sunt atât de pline de plastic încât dacă mănânci peşte, cel mai probabil vei digera microplastic – mici particule de plastic rezultate din faptul că peştii confundă plasticul cu mâncarea. Schimbarea climatică este una dintre cele mai mari provocări cu care s-a confruntat până acum omenirea, iar lucrurile nu se vor opri aici. În curând, schimbarea climatică ar putea să alunge miliarde de oameni din casele, ţările şi locurile

lor de muncă și să genereze mai multe transformări decât ar putea gestiona orice fel de ideologie existentă.

La naiba! Ce vremuri înfricoșătoare!

Totuși, intenția acestei cărți nu este să te sperie. Disperarea conduce mai departe la inacțiune și la un viitor pe care Sir David Attenborough l-a descris drept „prăbușirea civilizațiilor noastre și dispariția unei mari părți din lumea biologică". Optimismul și implicarea, pe de altă parte, ne pot ajuta să evităm o viitoare catastrofă pentru oameni și planetă.

Trăim într-o epocă a îndemnurilor la acțiune *(call to action)* imediată, dar cum se face că majoritatea ignorăm tocmai această stringență? Încălzirea globală este demonstrată științific de 40 de ani, dar în loc să ascultăm avertismentele, am continuat să poluăm într-un ritm accelerat. Guvernele, oamenii de știință și corporațiile știu ce se întâmplă – o știu de ani buni. Aceștia trebuie să rupă sau să redefinească legăturile pe care le au cu corporațiile sau indivizii ce finanțează inechitabilele schimbări climatice globale. Pentru prea multă vreme omenirea a crezut că poate exploata în mod egoist resursele Pământului, fără să suporte consecințele. Dar lumea nu este o marfă. Dacă luăm în serios drepturile civile și drepturile omului, nu putem atribui rezolvarea crizei climei globale doar unor indivizi; noi toți trebuie să realizăm magnitudinea schimbărilor politice și comerciale care trebuie să aibă loc.

Este adevărat că încă nu știm cu siguranță cum vor evolua lucrurile, deși schimbări ireversibile pentru planetă s-au produs deja, dar ca să nu aflăm niciodată cum ar arăta Apocalipsa ori un Al III-lea Război Mondial, tu, cititorul, trebuie să începi să acționezi.

Pe parcursul cărții, explorez în profunzime realitatea schimbărilor climatice și modul în care diverse industrii afectează

planeta și ofer idei – și modificări simple de direcție – pentru ca tu, ca individ, să poți juca un rol vital în declanșarea schimbării pentru generațiile viitoare.

La modul ideal, fiecare cititor va aplica modificările de direcție pe care le sugerez, dar asta nu este realist. Cartea mea nu îți spune cum să devii vegan peste noapte și să nu mai produci chiar de acum niciun pic de gunoi pentru a salva oceanele; ea vorbește despre micile acțiuni colective. Ideile cu care vei rămâne trebuie să se armonizeze cu stilul tău de viață, cu situația ta economică și, în cele din urmă, cu lucrurile care te fac fericit și în care crezi.

Este perfect normal să te întrebi cât de hotărât ești sau de ce ar trebui să te privezi de mici plăceri, cum ar fi să mănânci carne zilnic sau să faci dușuri lungi, cu apă fierbinte, dar aceste plăceri ignoră realitatea cu care ne confruntăm. Și dacă crezi că tot ce se întâmplă este din vina țărilor vestice și că este doar o problemă a celor bogați – da, dragă, sigur că sezonul de ski în Verbier va fi afectat de ninsoarea insuficientă –, fii conștient că aproape fiecare om care citește această carte trăiește mai bine decât 99% dintre toate ființele omenești care au trăit vreodată. Trebuie să ne exercităm privilegiul de a putea face mai mult.

Să alegi să consumi mai puțin sau mai sănătos nu înseamnă să duci o viață grea, dimpotrivă, poate însemna o viață mai plină de sens.[2] Politica, legislația și corporațiile uriașe sunt în mare parte vinovate de schimbările climatice și toate trebuie să-și schimbe imediat perspectiva. Oamenii de știință, liderii mondiali și companiile au continuat să alimenteze obiceiurile de consum care poluează. Dacă în centrul preocupărilor politice actuale nu s-ar afla banii, atenția pe termen scurt și profiturile din combustibili fosili, ci toate formele de viață – de la oameni la biodiversitate –, în prezent ne-am afla într-o poziție mult mai bună.

Până vom putea orienta politica și afacerile în jurul unei viziuni care cere un viitor mai sigur, singurii oameni pe care ne putem baza cu adevărat suntem noi. Dacă acestea nu se vor schimba, cu toate că politicienii le cer cetățenilor să se schimbe, înseamnă că am ajuns într-adevăr la un punct de răscruce. Nu ne mai putem baza pe alții ca să vină în ajutorul oamenilor și al planetei – responsabilitatea este acum a noastră.

Da, adică și a ta.

Este important să fim sinceri în legătură cu impactul pe care îl are trecerea unei persoane la variante eco, chiar cu rezultate imediate, în tabloul general al schimbării climei. Dacă fiecare consumator ar înceta acum să folosească mașini și avioane, să cumpere haine doar pentru că sunt la modă, să mănânce carne și să folosească plastic, problemele nu s-ar rezolva, de fapt, peste noapte. Aceste eforturi nu sunt decât o picătură în oceanul distrugerilor pe care oamenii le-au provocat planetei în ultimii 100 de ani. Totuși, subliniind adevărurile despre felul în care trăim mulți dintre noi și despre lumea pe care noi, consumatorii, am construit-o, într-un mod elocvent și sincer, voi oferi informații concrete despre mai multe industrii și voi da soluții fiecărui cititor, în funcție de diferitele lor momente din viață.

Un autor care încă nu-i perfect

Călătoria mea climatică n-a fost chiar așa simplă. Nu am fost preocupată de mediu de când m-am născut și pe când creșteam nimic nu m-a împins să gândesc în afara bulei mele sociale, dar totul s-a schimbat în 2015, când am urmat un program de stagiatură la sediul ONU, în New York.

A fost un an deosebit de interesant, în care 194 de țări au negociat și semnat Agenda pentru Dezvoltare Durabilă, un îndemn la acțiune imediată adresat tuturor țărilor, dezvoltate sau în curs de dezvoltare, constituit într-un parteneriat global de pace pentru oameni și planetă.

Pentru prima oară în istorie, schimbarea climatică se afla pe primul loc în agenda obiectivelor dedicate naturii. Mi-am folosit perioada de stagiar ca să alerg de colo-colo, de la o întâlnire la alta, ascultând și luând notițe despre distrugerea rapidă a oceanelor noastre, pierderea biodiversității, poluarea aerului și, în final, suferința a milioane de oameni – la nivel global – provocate de schimbarea climatică.

Dezamăgită și copleșită de complexitatea schimbărilor climatice, am început să mă implic în organizații locale și, în cele din urmă, la 21 de ani am fondat propria organizație non-profit – *Ocean Generation Foundation*. La nivel mondial, există mii de organizații de mediu non-profit, așa că nu era neapărat nevoie să înființez și eu una, dar am simțit că există un vid uriaș de conținut relevant și clar care să atragă milenialii și pe cei din Generația Z către problemele de mediu.

Experimentând cu ajutorul muzicii, a jocurilor pe mobil și a programelor de IT, Ocean Generation a deschis drumul unui nou mod de comunicare despre problemele climatice către cea mai conectată generație. Am ajuns la milioane de tineri printr-o mulțime de platforme și le-am transmis esențialul despre ceea ce se întâmplă în lume, referitor la problemele climatice. Am transmis idei care ar putea fi puse în practică atât la nivel individual, cât și pe scară mai largă, pentru un viitor mai sigur pentru planeta noastră. De la conștientizare, am trecut mai departe, la acțiuni esențiale, cu inițiative care ajută sute de tineri din comunitățile aflate pe insule vulnerabile climatic

să-şi dezvolte noi deprinderi şi să folosească tehnologia ca să găsească soluţii la problemele ce ţin de ocean şi de climă.

După cum voi continua să subliniez în această carte, schimbarea climatică este un subiect complex. Avem date ştiinţifice foarte clare, statisticile sunt teribil de nefavorabile şi cu toate acestea, deseori uităm aspectele sociale pe care le implică schimbările climatice: oameni care mor, îşi pierd casele, se îmbolnăvesc, se luptă pentru puţin mâncare. Pentru mulţi tineri, subiectul pare adesea greu de perceput. Dar printre toate pierderile la care am fost martoră în timp ce lucram pentru comunităţi şi călătoream prin lume, am văzut şi o licărire de speranţă, deoarece natura este atât de rezistentă. Natura funcţionează în cicluri şi uneori, în mod miraculos, lucrurile pot reveni la viaţă. De aceea ar trebui să ne schimbăm obiceiurile şi să nu ne pierdem niciodată speranţa că o acţiune mică, multiplicată de milioane de oameni, va avea un impact pozitiv.

Înfiinţarea unei organizaţii pentru protejarea climei mi-a permis să văd ambele părţi ale discursului pe acest subiect. Acum iau parte la discuţii la nivel înalt despre cum putem rezolva cele mai mari provocări ale omenirii, dar este important să subliniez că eu n-am crescut într-un mediu cu preocupări despre mediu. Habar n-aveam că schimbarea climatică chiar se întâmplă. În familia sau cercul meu social, cel mai „eco" lucru pe care îl făceau oamenii era cel mult să colecteze selectiv gunoiul. Un stil de viaţă mai „verde" nu mi-a fost indus din copilărie şi nici astăzi nu pot spune că sunt vreo expertă. Îmi dau foarte bine seama că orice voi spune în cartea mea, pentru unii oameni nu va fi destul şi că s-ar putea să primesc o mulţime de atacuri şi critici.

Din când în când port piele şi călătoresc mult cu avionul, din cauza muncii mele. Nu duc o viaţă sută la sută sustenabilă, trăiesc într-un oraş mare şi ar fi teribil de greu să fac acest lucru.

În multe orășele și orașe mari din lume, cum ar fi Londra, folosirea plasticului sau a combustibililor fosili este pur și simplu inevitabilă (aproape tot ce folosim ajunge aici datorită acestor combustibili), și am fost condiționați social să ne conformăm pur și simplu și să nu ne vină ușor să contestăm normele. De asemenea, mă aflu într-o poziție privilegiată și pentru că am destul timp și bani ca să pot face alegerile potrivite, de exemplu de unde să-mi fac cumpărăturile și ce să mănânc, astfel încât să fie niște alegeri etice; lucruri pe care nu oricine și le permite. Important este să începi să vezi imaginea de ansamblu, să te educi cu privire la ce se întâmplă în lume și să iei decizii conștiente în legătură cu stilul tău de viață pornind de la ceea ce ai învățat.

Când eram copil, habar n-aveam că, până să devin femeie în toată firea, planeta noastră avea să fie un loc distrus pentru copiii mei. Eram prea ocupată să trăiesc, să consum, să devin o victimă a normelor sociale. Apoi am realizat că viețile noastre joacă un rol cheie în viețile altora și că este responsabilitatea fiecăruia dintre noi să fim mai atenți și să facem lumea un loc mai bun.

De când am aflat ce se întâmplă cu mediul, am petrecut mult timp reflectând și învățând despre toate acestea. Cercetând constant, am început să fiu fascinată de natură și de frumusețea sa, lucru pe care îl voi sublinia în această carte. Fără natură, nimeni și nimic nu poate exista. Natura este totul, este ceea ce ne ține în viață. După ani de muncă filantropică și călătorii în care am stat de vorbă cu oameni care se confruntau în diferite grade cu catastrofe provocate de climă, am decis că am obosit să port stigmatul aferent aruncat asupra activiștilor.

Am obosit să merg la evenimente și să văd aceiași oameni, am obosit să văd cum branduri uriașe încearcă să-și

înverzească imaginea (voi explica termenul acesta în **Capitolul 1**) și am obosit să văd abordări tip „facem așa sau deloc" când este vorba despre problema schimbărilor climatice. Activismul de mediu nu este un club exclusivist; fiecare dintre noi este activist în felul său și împreună putem deveni o echipă care să asigure viitorul planetei noastre.

Trăim într-o lume în care tehnologia a avansat deosebit de mult, o lume în care apar inovații peste tot, în încercarea de a repara greșelile trecutului, iar *start-up*-urile au de la început o viziune clară. Fiecare acțiune pe care o facem are impact asupra mediului. Fiecare dintre noi are ceva unic de oferit lumii, ceva ce numai noi putem da, în funcție de context. Din acest motiv, niciun fel de soluție unică transformată de mass-media în modă nu va rezolva problema schimbării climei. Hai să umanizăm povestea ei și să ne folosim de responsabilitatea colectivă ca indivizi, branduri, antreprenori, guvernanți și cetățeni pentru a ne trezi la realitate.

Ca orice alt om, încă mă instruiesc, mă aflu într-o călătorie de învățare despre cum să devin o femeie mai prietenoasă cu mediul, în timp ce trăiesc într-un oraș cosmopolit. Nu sunt mai bună decât alții, dar câteva informații și indicii pe care le vei găsi în cartea mea m-au ajutat să duc o viață mai conștientă.

Lecțiile din aceste pagini nu sunt reguli, nici nu vor deveni o stare de fapt. Unele abordări îți vor părea de bun-simț sau poate chiar le-ai întâlnit deja pe rețelele sociale. Scopul este pur și simplu să vorbim despre diferitele tipuri de impact pe care anumite industrii le au asupra mediului și să găsim moduri în care noi ca indivizi să putem face ușor schimbări în viața noastră.

De ce această carte?

Această carte își propune să fie o sursă de inspirație și un instrument concentrat pe acțiunea individuală în lupta împotriva schimbărilor climatice.

Nimeni n-ar trebui să fie indiferent în fața gravității modificărilor suferite de climă și a potențialului său impact asupra vieților noastre. Cartea mea îți va deschide mintea cu ajutorul informațiilor din diferite industrii: de la hainele pe care le cumperi, la alimentele pe care le mănânci, la ceea ce faci la tine acasă și multe altele. De la plasticul pe care îl folosim – care crește schimbarea climatică și ne pune în pericol viitorul –, la felul în care folosim rețelele sociale și tehnologia, la creșterea activismului modern și la instrumentele care ne ajută să ne facem auzite vocile și să cerem acțiuni concrete pentru prevenirea modificării climei.

Fiecare capitol începe cu un studiu amănunțit despre modul în care fiecare industrie afectează mediul, despre impactul pe care îl are asupra oamenilor și comunităților globale și, în final, sugerează schimbări simple pe care le poți face în viața de zi cu zi. Să faci diferența și să faci ceva bun pentru mediu nu înseamnă să-ți blochezi tot timpul și toți banii. Unele schimbări ecologice pot părea evidente, altele pot părea imposibil de aplicat pentru tine, iar altele s-ar putea să nici nu fie relevante.

Scopul tuturor acestor lucruri este să-ți ofere informații, pentru ca tu să poți lua decizii potrivite convingerilor și stilului tău de viață. Ele îți vor oferi metode practice prin care tu, consumatorul, poți reduce impactul în această foarte complicată problemă. Vei vedea că micile modificări, dacă sunt aplicate de milioane de oameni, vor schimba felul în care consumăm, ce branduri și guverne favorizăm și ce le vom lăsa ca moștenire generațiilor viitoare.

Ultima parte a cărții vorbește despre modul în care rețelele sociale, afacerile și tehnologia ne influențează percepția asupra schimbărilor climatice și despre ce pot face împreună acele companii pentru a răspândi mesajul despre aceste modificări.

Vom urmări, de asemenea, felul în care femeile și viața lor de zi cu zi sunt afectate de schimbările climatice. Vom discuta despre termenul „eco-feminism", dar și despre slaba reprezentare a vocilor feminine în negocierile și politicile referitoare la problema climei și nevoia ca acest domeniu să devină mai deschis tuturor. În cele din urmă, vorbesc despre oameni și impactul schimbărilor climatice asupra comunităților de pe întreg globul. Acest subiect îmi este deosebit de drag, deoarece povestește despre acea parte a problemei pe care mass-media tinde să o neglijeze în favoarea a tot felul de animăluțe marine drăguțe. Dar realitatea este că, atunci când se întâmplă o catastrofă, trebuie să treacă zeci de ani ca să refaci comunitățile. Iar noi, oamenii, trebuie să fim pregătiți să ne adaptăm la schimbările rapide care se petrec.

Când vei face oricare dintre acele schimbări pe care le propun, este important să te gândești că nu le faci doar pentru tine, ci pentru *întreaga* omenire, inclusiv pentru cei care nu s-au născut încă.

Pe parcursul cărții sunt evidențiați mari activiști și lideri în probleme de mediu, din toată lumea. Ba chiar, când a fost posibil, au contribuit cu propriile cuvinte. Această călătorie nu este doar povestea mea, a fost un privilegiu să-i ascult și pe alții împărtășindu-și poveștile și eforturile depuse. Datorită lor, această carte a devenit un instrument puternic.

Când vei citi informații despre ceea ce se întâmplă cu lumea noastră, intenția mea nu este să-ți provoc un puseu de isterie, ci să te ajut să-ți transpui emoțiile din zona de panică spre acțiune.

Primul pas spre o lume mai bună este să înceapă să-ți pese de lucrurile care s-ar putea să nu te afecteze în mod direct și imediat. Și, surprinzător, primul tău pas este chiar citirea acestei cărți. Doar acțiunile colective pot să ne salveze pe noi toți și generațiile viitoare. Este important să realizezi că de fiecare dată când fluturi cardul prin fața unui POS și cumperi ceva, gestul tău are un impact clar undeva în lumea asta și contribuie, direct sau indirect, la schimbarea climatică.

Intenția acestei cărți nu este să-ți spună ce poți și ce nu poți să faci sau să primești dacă îți pasă de planetă, nici cum să-ți trăiești viața. Și nici nu susține că numai anumite moduri de viață ar fi corecte. Faptele, poveștile și sugestiile de mici schimbări ecologice sunt menite să te ajute să faci alegeri de viață mai bine informate și să le asiguri generațiilor viitoare condițiile pe care le merită.

Clima se schimbă. Noi de ce nu o facem? Până la urmă, noi suntem generația schimbării.

Noi suntem

de Nils Leonard

Unii se mulțumesc să stea și să privească.
De la locurile lor.
Să continue ca și până acum să trăiască.

Iar alții văd lucrurile diferit.
Văd lucrurile așa cum sunt ele de fapt.
Și vor să le schimbe în ceva deosebit.

Pentru ei, lumea nu este ceva îndepărtat.
O văd în tot ceea ce fac, în orice habitat.

În felul cum mănâncă, beau, muncesc, iubesc
și trăiesc.
Înțeleg că Pământul este în toate.
Înțeleg puterea
Fiecărui moment de a schimba viitorul planetei
noastre.

Nu este vorba despre bani. Este vorba despre noi.
Noi toți.

Și este timpul ca noi
Să votăm cu viețile noastre,
Cu viețile noastre de zi cu zi,
Pentru sau împotriva perspectivei unui viitor mai
plin de speranță.

Vedem o cale nouă.
Vom schimba relația lumii cu plasticul.
Îi vom susține pe cei care depind de oceane pentru a-și duce viața.
Vom inova, vom fi partenerii celor care aduc o nouă viață planetei.

Suntem puternici.
Suntem schimbarea.
Suntem muncitorii.
Artiștii. Gânditorii.
Cea mai conectată generație care a călcat vreodată pe planetă.

Suntem gata.
Suntem ca unul.

Noi suntem un colectiv global care îi vorbește celei mai conectate generații din istorie despre schimbările climatice și importanța lor.

1

Schimbarea climatică: o introducere

„Schimbările climatice nu mai sunt o problemă îndepărtată, se întâmplă aici, se întâmplă acum."

Barack Obama

Mai întâi, hai să stabilim niște definiții. Formulările precum „încălzire globală", „schimbări climatice", „sustenabilitate" și „organic" s-au tocit și s-au golit de conținut pentru că au fost folosite greșit, iar asta începe să umbrească adevăratele probleme de care trebuie să ne ocupăm.

Activismul de mediu este un subiect fierbinte, dar cuvintele care sunt asociate cu el sunt adesea folosite prea des și în mod eronat, ba chiar sunt folosite de către milioane de articole online ca să-ți atragă atenția și să dai „click". Zilnic. Nu te lăsa păcălit de ceea ce citești pe internet, pentru că schimbarea climatică și încălzirea globală *nu sunt* același lucru: un fenomen este rezultatul celuilalt.

Un dicționar eco

Acest mic dicționar eco prezintă o parte din terminologia folosită în această carte și în mod curent în discuțiile despre climă. Îmi cer scuze de pe acum, pentru că, după ore de cercetat pe Google despre cum să faci limbajul climatic să sune mai amuzant, chiar nu am găsit un mod mai prietenos de a explica acești termeni fără să folosesc limbajul științific. Oricum, sunt cuvinte pe care ar trebui să le știi, dată fiind situația planetei noastre.

Fă o captură de ecran cu telefonul la aceste cuvinte, să le ai în caz că vei nimeri vreodată în mijlocul unei conversații despre climă și vei vrea să pari un fin cunoscător.

Acidifierea oceanelor. Termen care se referă la schimbări semnificative în compoziția chimică a oceanelor. Dioxidul de carbon absorbit de oceane intră în reacție cu apa și astfel se formează acid.[1] Deși este un fenomen natural, cantitatea ridicată de CO_2 din atmosferă a provocat un nivel ridicat de acid. Consecințele includ inhibarea creșterii coralilor și dereglarea funcționării unor organisme marine.

Adaptare. Acțiune care ajută la gestionarea efectelor schimbării climatice; de exemplu, construirea unor baraje care să ne protejeze de creșterea nivelului mării. Sau alegerea pe care o fac fermierii de a cultiva plante ce pot supraviețui în condiții de temperaturi crescute și secetă.[2]

Amprentă de carbon. Reprezintă cantitatea de dioxid de carbon (CO_2) și gaze de seră eliberată în atmosferă ca rezultat al activităților tale personale. Ca să-ți calculezi amprenta de carbon, ia în calcul tot ce faci: de la alimentele pe care le mănânci, la cât curent electric consumi, la călătoriile cu avionul și/sau cu

mașina, la perioada de timp când practici un sport pe un teren iluminat artificial, la hainele pe care le porți. (Un studiu realizat de Carbon Trust estimează la 10,92 tone de CO_2 amprenta de carbon anuală a unui englez obișnuit.)

Combustibili fosili. Resurse naturale, precum cărbunele, petrolul și gazele naturale, care conțin hidrocarburi. Acești combustibili s-au format în Pământ pe parcursul a milioane de ani și produc, prin ardere, CO_2.

Compensarea carbonului. Modalitate de a compensa emisiile de CO_2 prin participarea la sau finanțarea eforturilor de a elimina dioxidul de carbon din atmosferă. Compensarea implică adesea să plătești persoane care trăiesc în altă zonă să își micșoreze emisiile cu echivalentul celor produse de activitatea ta.[3]

Despădurire. Acțiune de tăiere a copacilor de pe o suprafață mare sau distrugerea pădurilor de către oameni.[4]

Dezvoltare sustenabilă. Tip de dezvoltare care satisface nevoile prezentului fără să afecteze posibilitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi.[5]

Economie circulară. Alternativă la economia tradițională, lineară (bazată pe producție, uz, aruncare), în care folosim resursele cât mai mult timp posibil, extrăgând maximum de valoare din ele, apoi recuperăm și regenerăm produsele și materialele care nu mai pot fi utilizate.[6] Printr-o astfel de economie se obține o cantitate foarte mică de deșeuri.

Energie regenerabilă. Energie care poate fi recreată într-un timp scurt. Cele mai frecvente cinci surse de energie regenerabilă sunt cea solară, eoliană, creată cu ajutorul apei, geotermală

și de biomasă. Producând o energie din care rezultă o cantitate mai mică de dioxid de carbon, guvernele pot obține o economie care să nu se mai bazeze pe consumul de hidrocarburi.

Ferme organice. Termenul se referă la o varietate de sisteme de producție agricolă care urmăresc să conlucreze cu natura, nu să o supună.

Gaze de seră. Principalele gaze de seră, cum ar fi CO_2-ul și metanul, au impact diferit asupra încălzirii globale. Gazele de seră în combinație cu vaporii de apă acționează ca o pătură, păstrând sub ea o parte din căldura Soarelui. Când cantitatea de gaze de seră crește datorită arderii combustibililor fosili, este ca și cum Pământul ar fi învelit într-o pătură mai groasă. Această creștere a temperaturii este numită „încălzire globală".[7]

IPCC. *Intergovernmental Panel on Climate Change* (Comisia Interguvernamentală pentru Schimbări Climatice), fondată de Programul de Mediu al ONU și de Organizația Meteorologică Mondială, este un organism care evaluează riscurile schimbărilor climatice. Scopul IPCC este să furnizeze la nivel mondial o perspectivă obiectivă, științifică, asupra acestor schimbări, a impactului și riscurilor naturale, politice și economice, precum și posibilele reacții care pot apărea în urma lor. Concluziile științifice aprobate de IPCC nu sunt supuse dezbaterilor și nici negociabile: clima și criza ecologică pun în pericol iminent viața pe Pământ. Datorită ritmului rapid în care evoluează știința și au loc noi descoperiri în domeniul climei, în viitorul apropiat sigur vor apărea multe alte subiecte care vor intra sub umbrela modificărilor climatice.

Încălzire globală. Creştere pe termen lung a temperaturii climei de pe Pământ, produsă de acumularea de gaze de seră în atmosferă.

Măsuri de temperare. Măsuri de reducere a schimbărilor climatice provocate de om. Aici sunt incluse acţiunile care au ca scop reducerea emisiilor de gaze de seră sau absorbţia lor în atmosferă.[8]

Obiective de Dezvoltare Durabilă (ODD). Program care conţine 17 obiective stabilite la nivel global de către Adunarea Generală a ONU în 2015, pentru anul 2030. Obiectivele şi ţintele sunt universale, ceea ce înseamnă că se aplică tuturor ţărilor din lume, şi au ca scop eradicarea sărăciei, protejarea planetei şi grija ca toţi oamenii să se bucure de pace şi prosperitate.

Rezistenţă climatică. Capacitatea unui ecosistem de a absorbi, a rezista şi a reveni la normal după un eveniment care l-a afectat.

Schimbare climatică. Orice schimbare semnificativă, pe termen lung, în starea obişnuită a vremii dintr-o anumită regiune (sau pe tot Pământul), pe o perioadă semnificativă de timp.

Spălare verde. Acţiune de susţinere nefondată sau chiar înşelătoare a unui produs, serviciu, tehnologie sau mod de lucru al unei companii despre care se spune că este prietenos cu mediul. Spălarea verde poate face ca o companie să pară mai nepoluantă decât este de fapt.

Notă: pe parcursul lecturii, dacă îţi vin în minte alte cuvinte ce ţin de mediu sau dacă întâlneşti cuvinte pe care ai vrea să le notezi, foloseşte paginile libere de la *Gânduri despre schimbările climatice*, aflate la finalul cărţii.

A Șasea Extincție în Masă

Timp de peste 3,5 miliarde de ani, organismele au progresat, s-au reprodus și diversificat astfel încât să se adapteze în orice fel de ecosistem de pe Pământ. De cealaltă parte a apariției unor noi specii, extincția face parte și ea, dintotdeauna, din ciclul evoluției. Dar când aceste două procese nu sunt aliniate, iar numărul speciilor dispărute îl depășește pe cel de specii noi, situația se transformă într-un fenomen cunoscut drept „extincție în masă", definit prin pierderea a aproximativ trei sferturi din speciile de pe Pământ într-o perioadă geologică „scurtă". Spun „scurtă" în raport cu perioada imensă de timp în care viața a evoluat pe planetă. În context, scurt înseamnă orice este mai puțin de 2,8 milioane de ani.

Din era Cambriană, care a început cu vreo 540 de milioane de ani în urmă, când viața a explodat într-o multitudine de forme, numai cinci fenomene au întrunit criteriile pentru a fi numite, din punct de vedere științific, extincție în masă. Aceste așa-numite „Cinci mari momente" au devenit parte dintr-un sistem de referință științific la care ne raportăm când vrem să stabilim dacă oamenii de astăzi au creat condițiile pentru a șasea extincție în masă.[9]

Începând cu perioada Cambriană, fiecare extincție a avut loc în medie la aproximativ 100 de milioane de ani și fiecare eveniment a durat între 50 000 și 2,76 milioane de ani.

Cele 5 mari momente

Perioada Ordoviciană. Prima extincție în masă a avut loc cu circa 444 de milioane de ani în urmă și a dus la dispariția a peste 85% din totalul speciilor. Evenimentul pare să fi fost

rezultatul a două fenomene climatice: o epocă de gheață la nivel global urmată de o perioadă în care temperatura a crescut rapid.

Perioada Devoniană Târzie. Cu vreo 375 de milioane de ani în urmă, pe Pământ erau caracteristice variațiile mari ale nivelului mării și alternanța rapidă a condițiilor de încălzire și răcire globală. A fost de asemenea o perioadă în care plantele începeau să ocupe tot mai mult zonele de uscat și existau scăderi mari de CO_2 la nivel global. Acest lucru a afectat 75% dintre speciile care existau, cele mai multe erau nevertebrate care trăiau pe fundul mărilor tropicale din acea perioadă.

Perioada Permiană. Poate cea mai extremă și devastatoare extincție în masă a avut loc cu aproximativ 250 de milioane de ani în urmă, când peste 95% dintre toate speciile existente au fost șterse de pe fața Pământului. Cauzele posibile încă sunt discutate, de exemplu o activitate vulcanică majoră în ceea ce este astăzi Siberia, sau creșterea toxicității oceanului din cauza unei creșteri a dioxidului de carbon din atmosferă, sau impactul cu un asteroid care a umplut aerul cu o pulbere de particule ce s-ar putea să fi blocat Soarele și să fi cauzat ploi foarte acide. Toate aceste schimbări au creat condiții nefavorabile pentru majoritatea speciilor.

Perioada Triasic-Jurasic. La 50 de milioane de ani după marea extincție Permiană, încă 80% dintre speciile din lume au dispărut în era Triasicului. Ca rezultat, din nou, al creșterii nivelului de CO_2, din cauza unei activități geologice uriașe în locul în care astăzi se află Oceanul Atlantic, al creșterii temperaturii la nivel global și al acidifierii oceanelor.

Perioada Cretacică. Ultima și cea mai cunoscută extincție în masă a avut loc acum 66 de milioane de ani, când aproximativ

76% dintre specii au dispărut, inclusiv dinozaurii. Dispariția dinozaurilor pare să le fi dat ocazia mamiferelor, din care în cele din urmă au evoluat oamenii, șansa să ocupe noi habitate.

A șasea extincție: Va avea loc în zilele noastre? Planeta traversează acum o criză a biodiversității cauzată de exploatarea Pământului de către oameni. Estimările recente sugerează că până la 1 000 000 de specii sunt amenințate cu dispariția, din cauza unui amestec de activități omenești directe și indirecte, cum ar fi distrugerea habitatelor, poluarea chimică, pescuitul și vânatul intensiv și arderea combustibililor fosili. Astăzi, extincțiile se petrec de sute de ori mai repede decât ar fi fost natural, iar dacă lucrurile vor continua în același ritm, este posibil să ajungem la nivelul unei extincții în masă nu mai târziu de 250–540 de ani. Așa cum o demonstrează extincțiile anterioare, schimbarea climatică poate fi distrugătoare, iar peste câteva generații s-ar putea ca oamenii să se confrunte cu consecințele ei și să fie martorii unor distrugeri ce vor arunca ecosistemul în haos și vor remodela lumea noastră.

Să fie clar, schimbarea climatică n-a ajuns brusc un subiect important, odată cu apariția rețelelor sociale și a nesfârșitelor articole și postări despre poluarea mediului înconjurător cu plastic. Avem date științifice despre istoria extincțiilor în masă, reviste științifice care datează din anii 1890 și simulări pe computer ale climei globale încă din 1960. Dar abia în ultimii 40 de ani schimbarea climatică a devenit subiect de știri. A fost nevoie de un secol de știință ca să adunăm destule dovezi despre folosirea combustibililor fosili, despre pericolul în care se află pădurile tropicale, despre acidifierea oceanelor și o mulțime de alte consecințe ale schimbării climei.

Svante Arrhenius, un om de știință suedez, a estimat în 1896 – pentru prima dată – amplitudinea încălzirii globale pornind de la foarte răspânditul obicei de a arde cărbuni. Au urmat câteva perspective istorice asupra schimbării climei și ici-colo câte un raport, pe parcursul câtorva decade. Apoi, în 1956, un articol din *New York Times* vorbea despre transformări pe termen lung ale mediului, care decurgeau din acumularea emisiilor de gaze de seră, formate prin producerea de energie. Cu toate acestea, prevedea articolul, câtă vreme cărbunele și petrolul erau ieftine și suficiente la nivel global, aveau să fie consumate în continuare, dacă producătorii aveau să scoată în continuare profit de pe urma lor.[10]

Ca urmare, în 1988, o serie de factori, printre care seceta și incendiile de vegetație, au atins un vârf la nivel mondial și au adus efectul de seră în lumina reflectoarelor. În același an a fost înființat IPCC. Ideea de a elimina anumiți compuși care amenințau stratul de ozon al atmosferei a apărut datorită Protocolului de la Montreal, aprobat de țări din toată lumea.

Protocolul de la Montreal a fost cel mai de succes acord de protecția mediului și primul tratat internațional referitor la climă care a fost pe deplin omologat. Acesta stabilea ca țările să renunțe treptat la 96 de substanțe chimice care afectau stratul de ozon, care erau folosite în mii de compuși, în peste 240 de sectoare industriale. Toate acestea s-au hotărât într-un cadru stabil, care permitea industriilor să facă cercetare și să inoveze pe termen lung. Spre lauda lor, companiile de produse chimice au continuat să inoveze și acum reușesc să realizeze materiale chimice care nu afectează stratul de ozon.

Privind în urmă, tot atunci ar fi fost timpul pentru schimbări și dezvoltarea unor alternative care să minimizeze distrugerile provocate ecosistemelor de combustibilii fosili, dar în loc să facă

asta, liderii și corporațiile s-au făcut că nu le observă. A fost de asemenea o lipsă de interes pentru energiile regenerabile. În anii 1970, activiștii de mediu au promovat ideea dezvoltării energiei regenerabile, atât ca eventual substitut al petrolului, cât și ca o variantă de a deveni mai independenți. Folosirea surselor de energie regenerabilă și folosirea rațională a energiei sunt lucruri fundamentale pentru orice politică energetică responsabilă.

Discuția despre energia nucleară n-a fost subliniată destul în Protocolul de la Montreal: deși energia nucleară nu emite gaze de seră, este deosebit de periculoasă, scumpă și creează munți de deșeuri radioactive toxice. Discuțiile despre energie și combustibilii fosili au devenit mai concentrate abia câțiva ani mai târziu, în alte protocoale, în care „schimbările climatice" au devenit subiecte de conversație mai importante.

Amenințarea asupra sistemului climatic

Oamenii de știință au ajuns la concluzia că atât emisiile generate de om, cum sunt dioxidul de carbon și metanul, cât și defrișările sunt unele dintre cauzele încălzirii globale. Acest fenomen amenință sistemul climatic, generând temperaturi mai înalte pe uscat și pe mare, iar asta provoacă schimbarea tipului de precipitație și a modului în care plouă. Acele modele de climă în schimbare intensifică catastrofe cum sunt seceta, inundațiile, incendiile de vegetație, cicloanele, pierderea biodiversității și uraganele. Din același motiv se topesc calotele glaciare și ghețarii, având ca rezultat creșterea nivelului mării, ceea ce pune în pericol micile state insulare.

Schimbările de temperatură influențează ecosisteme întregi, împingând în afara normelor obiceiurile de migrație și producția alimentară din anumite zone. Din acest motiv am început să

percepem schimbarea climatică drept un pericol la adresa sănătății umane. Pe măsură ce schimbarea climatică alimentează creșterea temperaturilor și apariția fenomenelor meteorologice extreme, ne pune în pericol și resursele vitale: scade calitatea aerului, scad rezervele de apă și alimente, bolile se răspândesc și casele noastre se află în pericol.[11] Ajungem la un punct de cotitură al catastrofei climatice globale, dincolo de care Pământul va deveni un loc în care viața nu va mai fi posibilă.

Poluarea degradează elementele din jurul nostru, făcând mediul nesigur și nepotrivit pentru traiul nostru. Poluarea aerului este considerată un ucigaș tăcut, mai ales al celor care trăiesc în orașe mari. Acești oameni sunt nu doar mult mai predispuși la cancer pulmonar, dar în plus, în fiecare an, peste 7 000 000 de oameni mor din cauza calității aerului. Schimbarea temperaturii medii ale unei întregi planete, chiar dacă este vorba doar de câteva grade, este foarte importantă. Din cauza creșterii cantității de CO_2 și a arderii combustibililor fosili, în prezent temperatura este cu 1,2 grade Celsius mai mare decât era în perioada pre-industrială. Dacă temperatura va crește cu 2 grade Celsius, poluarea aerului va cauza încă 153 de milioane de morți, pentru că schimbările temperaturii modifică dinamica mișcării aerului. Aerul cald se ridică în atmosferă pentru că este mai puțin dens și plutește mai ușor decât aerul rece de deasupra lui. Acest efect asfixiant absoarbe poluanții și le crește concentrația. Căldura și lumina soarelui coc aerul împreună cu toți compușii chimici din el și rezultă un smog groaznic de respirat, mai ales pentru cei mai vulnerabili, cum sunt copiii și oamenii în vârstă. Dacă vom continua la fel, schimbarea climatică aproape că va șterge cei 50 de ani de progres pe care l-am făcut în sănătatea publică. Poluarea aerului este dăunătoare și pentru recolte, animale și ape, deoarece contribuie la distrugerea stratului de ozon care

protejează Pământul de razele UV. În zonele cu un grad ridicat de poluare a aerului, agricultorii au observat o reducere severă a productivității recoltei și scăderea nutrienților, ceea ce nu este bine deloc – avem nevoie de mai multă mâncare pentru a hrăni populația în creștere.

Despăduririle masive făcute de oameni prin ardere, ca să câștige locuri pentru creșterea animalelor este alarmantă și contribuie cu 15% la creșterea emisiilor de gaze de seră. Plantele joacă un rol important în viețile noastre și în viața planetei – de fapt, avem nevoie de ele ca să supraviețuim –, așa că este important să împiedicăm exploatările forestiere ilegale și reducerea vegetației, de exemplu în Amazon. Și oceanele noastre sunt în pericol din cauza plasticului care a ajuns în apele lor, a scurgerilor de petrol și alți poluanți, iar rezervele de apă potabilă sunt de asemenea amenințate. Mai mult de jumătate dintre corali au murit din cauza schimbării climei – mai exact ca rezultat al înălbirii coralilor. Când coralii sunt expuși unor factori de stres, cum ar fi creșterea temperaturii apei sau calitatea slabă a apei, elimină o algă fotosintetică, ceea ce face să le dispară culoarea caracteristică. În cazul în care condițiile de stres se mențin, coralul moare, iar dacă lucrurile revin la normal, o parte dintre corali pot reabsorbi substanțele necesare și își revin. Recuperarea este posibilă în anumite condiții de mediu, așa că încă mai există o speranță.[12]

Unele zone ale lumii suferă din cauza reducerii calității apei și trec chiar printr-o criză a apei. Diminuarea calității apei potabile duce la creșterea consumului de apă îmbuteliată, dar în zonele cu mai puține resurse, apa îmbuteliată nu este o opțiune. Asta înseamnă deshidratare, boală și chiar moarte.

Definițiile evoluează și informațiile se schimbă, iar sub umbrela schimbării climatice au intrat mulți alți termeni, dar

principalele probleme au rămas aceleaşi ca acum 40 de ani. Este neplăcut să te gândeşti câte ocazii au fost ratate şi cât de mult s-a agravat problema din această cauză. Am ajuns să vorbim despre schimbare climatică provocată de încălzirea globală, ceea ce este mult mai greu de rezolvat decât să încerci să repari stratul de ozon, cum se discuta atunci când a fost semnat Protocolul de la Montreal. Dar asta este situaţia şi trebuie să acţionăm.

Scurt istoric al negocierilor climatice

Începând din 1988, o serie de evenimente-cheie au avut loc datorită eforturilor depuse de Organizaţia Naţiunilor Unite (ONU) şi de mai multe ţări pentru a stopa schimbările climatice, evenimente care au dus la cel mai important acord din timpurile noastre: Acordul de la Paris. De atunci, peste 190 de ţări, oameni de ştiinţă, organizaţii non-guvernamentale (ONG), activişti de mediu şi câţiva cetăţeni mai implicaţi au construit circumstanţele necesare şi acordurile finale pentru noi toţi... bla, bla, bla – probabil te gândeşti: „Cum sunt relevante aceste acorduri pentru propria mea schimbare şi de ce vorbim atâta despre ONU?" Originea modului în care noi, ca societate, trebuie să ne schimbăm este reprezentată de o organizaţie uriaşă, precum ONU, care coordonează nu doar guvernele unor ţări, ci şi ONG-uri, inclusiv societatea civilă, cu obiectivul de a urmări cu toţii aceleaşi scopuri comune, ca să avem în final un nivel mai bun de viaţă şi o planetă mai sănătoasă. Asta înseamnă că, dacă ştim despre aceste obiective, ca indivizi, ne putem implica în mişcare.

Summitul pentru Pământ din Rio de Janeiro, din 1992, a fost primul summit care a avut cu adevărat ca țintă dezvoltarea sprijinului socio-economic și prevenirea deteriorării mediului. Și a creat o bază pentru un parteneriat global între țările industriale și cele neindustrializate. De atunci au urmat o serie de negocieri anuale.

1992, Rio de Janeiro, Brazilia. Lideri din toată lumea s-au adunat la primul *Summit pentru Pământ* și au semnat Convenția Organizației Națiunilor Unite asupra Schimbărilor Climatice – primul tratat internațional care urmărea să limiteze emiterea de gaze de seră; cu toate astea, adeziunile nu aveau o bază de constrângere legală, așa că rezultatul n-a fost mai mult decât o discuție prietenească între țări.

În 1995, a fost organizată **Conferința Părților interesate (COP).** Prima conferință (COP1) a avut loc la Berlin, în Germania. În cadrul ei s-au formulat anumite îngrijorări cu privire la posibilitățile țărilor de a-și duce la îndeplinire angajamentele și s-a subliniat că fiecare membru al Convenției Organizației Națiunilor Unite asupra Schimbărilor Climatice trebuie să se ocupe de partea sa de responsabilități, să ia deciziile necesare și să le implementeze. De atunci, au fost luate mai multe măsuri și au avut loc mai multe summituri COP, la care au fost trecute în revistă în fiecare an informații și date despre emisiile de poluanți în atmosferă, de la fiecare dintre țările care fac parte din Convenție.

1997, Kyoto, Japonia. Protocolul de la Kyoto a fost adoptat și a fixat limite de emisii poluante pentru țările dezvoltate. Statele Unite nu s-au alăturat acestui protocol, întrucât au considerat că le-ar afecta economia, care deja începea să intre pe o pantă descendentă la acel moment, se confruntau cu o criză a energiei

şi nu-şi puteau imagina un viitor predictibil fără combustibili fosili. Un alt motiv: Statele Unite au acuzat că Protocolul nu ar fi corect, deoarece ţări în curs de dezvoltare precum China, India şi Mexic nu suportau limitări şi aveau voie să-şi crească cota de emisii dacă ar fi dorit.[13] Deşi Protocolul de la Kyoto a suferit o lovitură puternică din partea marilor puteri mondiale, a creat totuşi un precedent pentru viitoare negocieri pe probleme de climă mai echitabile pentru *toate* ţările care trebuie să-şi reducă emisiile.

2009, Copenhaga, Danemarca. Aici a avut loc prima încercare de a realiza un tratat global referitor la emisii care să-l înlocuiască pe cel de la Kyoto, ce urma să expire în 2012. Negocierile au fost împărţite între disputele dintre ţările bogate şi cele sărace, între discuţiile despre cine ce ar trebui să facă, dar s-au încheiat cu un acord voluntar care invita ţările să prezinte obiective necoercitive de reducere a emisiilor de gaze de seră, pentru 2020. Sincer vorbind, întâlnirea de la Copenhaga a fost un eşec.

2011, Durban, Africa de Sud. Discuţiile ONU despre climă au produs o mare deschidere, astfel încât ţările au acceptat să adopte un acord universal referitor la schimbările climatice pentru 2015, un acord care avea să intre în vigoare cinci ani mai târziu şi să li se aplice tuturor.[14]

Notă: Trebuie să menţionăm că o consecinţă complicată a multora dintre acordurile ONU este că s-au creat goluri între semnarea documentelor şi ratificarea şi implementarea lor propriu-zisă. Deseori, de la momentul conferinţei până la momentul în care ţara începe să aplice hotărârile pot trece ani de zile.

2015/2016, Paris, Franța. Peste 190 de reprezentanți ai guvernelor s-au intâlnit ca să încheie un acord prin care se urmărea menținerea creșterii temperaturii globale medii sub 2 grade Celsius și scăderea nivelului gazelor de seră o dată pentru totdeauna.

Anul 2015

Până acum, cel mai important an pentru discuțiile despre climă a fost 2015, datorită Acordului de la Paris și a introducerii Agendei Dezvoltării Durabile de către ONU.

Acordul de la Paris

Un acord de mediu de referință, care a fost adoptat de aproape 200 de țări în 2015, Acordul de la Paris se referă la schimbarea climatică și impactul său negativ. Scopul Acordului este să se reducă substanțial, la nivel global, emisiile de gaze de seră, în încercarea de a stopa creșterea temperaturii globale, pe parcursul acestui secol, la doar 2 grade Celsius față de nivelul epocii pre-industriale, în timp ce se caută modalități de a limita creșterea la 1,5 grade Celsius.

Acordul include un angajament voluntar din partea tuturor țărilor care au emisii mari să-și reducă nivelul de poluare ce afectează clima și să consolideze, în timp, acest angajament. Pactul oferă modele prin care țările dezvoltate pot asista țările în curs de dezvoltare în efortul lor de a acționa pentru protejarea climei și a se adapta. De asemenea, creează un cadru pentru monitorizare transparentă, raportare și direcționare către atingerea

scopurilor individuale și colective ale țărilor, cu privire la climă.[15] Spre deosebire de alte acorduri care nu stăteau prea bine la capitolul obiective și participare selectivă, Acordul de la Paris este detaliat, pragmatic și mult mai corect pentru toate părțile implicate și îl putem considera acum un acord climatic universal definitiv. Scopurile lui sunt:

- Să limiteze creșterea temperaturii globale la maximum 2 grade Celsius prin reducerea emisiilor de gaze de seră. Dincolo de 2 grade Celsius riscăm creșteri dramatice ale nivelului mării, schimbări în modelele de climă, crize ale apei și mâncării, și, una peste alta, o lume mult mai ostilă.
- Să asigure un cadru pentru transparență, responsabilitate și reușita mai multor obiective îndrăznețe. Acordul este acum voluntar, așa că nu le impune exact țărilor ce să facă și nici nu există penalizări clare pentru încălcarea lui.
- Să încurajeze țările mai bogate să le ajute pe cele mai sărace cu ajutoare de până la 100 de miliarde de dolari pe an, pentru activități ce previn schimbările climatice.

Situația din anul 2020

Cinci ani mai târziu – oare cum au reușit țările participante, inclusiv Regatul Unit, să respecte acordul? Din păcate, mulți dintre marii producători de gaze de seră nu sunt pe calea cea bună către indeplinirea obiectivelor pe care și le-au propus. Mai mult, chiar dacă fiecare țară ar fi reușit să-și atingă ținta, planeta tot ar fi pe cale să depășească pragul de încălzire excesivă de peste 2 grade Celsius. Ultimii patru ani au fost cei mai călduroși de până acum, iar noi credeam că, dacă în acest secol menținem nivelul încălzirii globale sub 2 grade Celsius, schimbările vor fi rezonabile și le vom putea face față. Nu mai este cazul. Ultimele

studii arată că din momentul în care depăşim 1,5 grade Celsius, posibilitatea de a trăi pe această planetă devine o loterie[16], lucrurile o iau rău razna şi ne îndreptăm către un nivel de încălzire de 3 grade Celsius. Ca să atingă obiectivele de la Paris, ţările trebuie să accelereze serios trecerea către energie verde în următorii 12 ani, dar în fiecare an emisiile sunt în creştere, aşa că, ce să ne mai ascundem după deget, am deviat foarte mult de la drumul cel bun.

Să ne panicăm? Păi, da. Dar nu complet. Realitatea crudă este că promisiunile nu mai sunt suficiente ca să ne salvăm planeta. Oamenii trebuie să vadă acţiuni concrete şi implementarea acestor promisiuni, şi numai când vom şti care sunt aceste promisiuni vom putea trage la răspundere guvernele pentru schimbările climatice. Dacă oamenii care s-au pus de acord în timpul negocierilor de la Paris nu se pot mobiliza să-şi îndeplinească propriile obiective, renunţând la exploatările de cărbune în favoarea energiei regenerabile sau îmbunătăţind metodele de transport, este necesar ca fiecare dintre noi să înceapă să-şi forţeze guvernul şi să facă tot posibilul ca în final să fie respectat acordul. Ar trebui doar ca fiecare dintre noi să conştientizeze câtă energie consumă şi să folosească alternative mai puţin consumatoare de carbon.

Agenda Dezvoltării Durabile

În 2015, toate ţările membre ONU au adoptat Agenda Dezvoltării Durabile pentru 2030. La bază, agenda cuprinde 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă (ODD), care cer acţiune fără întârziere din partea tuturor ţărilor, atât dezvoltate cât şi în curs de dezvoltare, într-un parteneriat global de pace pentru oameni şi

planetă. Obiectivele acceptă că eradicarea sărăciei trebuie să meargă mână în mână cu strategiile care îmbunătățesc sănătatea și educația, să reducă inegalitatea de șanse și să stimuleze creșterea economică, totul în timp ce gestionează problema schimbării climatice și lucrează la conservarea oceanelor și pădurilor. Este un angajament de a eradica sărăcia și a obține dezvoltare durabilă până în 2030, în toată lumea, asigurându-ne că nimeni nu rămâne în urmă. Adoptarea acestei agende a fost o realizare de referință, care a oferit o viziune globală către dezvoltare pentru toți, împărțită în cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă și 169 de sarcini.

Iată cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă (ODD) care ne vor schimba lumea:

1. Fără sărăcie
2. „Zero" foamete
3. Stare bună de sănătate
4. Educație de calitate
5. Egalitate de gen
6. Apă curată și servicii sanitare
7. Energie verde accesibilă
8. Locuri de muncă decente și creștere economică
9. Industrie, inovație, infrastructură
10. Reducerea inegalităților de șanse
11. Orașe și comunități dezvoltate durabil*
12. Consum și producție responsabile*
13. Acțiune climatică*
14. Viață subacvatică*
15. Viață terestră*

16. Pace, justiție și instituții puternice
17. Parteneriate pentru atingerea obiectivelor

* Obiectivele de la 11 la 15 sunt direct legate de climă.

Cele 17 obiective se bazează pe o planetă sănătoasă

Rareori se întâmplă să vezi un acord unilateral pentru majoritatea țărilor, pentru un singur subiect, dar prin Acordul de la Paris și Agenda pentru Dezvoltare Durabilă, șefii de state din toată lumea au fost de acord în unanimitate că schimbarea climatică generată de oameni este o amenințare atât de mare la adresa omenirii, încât cu toții trebuie să fim parte din soluție.

Durează ani de zile să negociezi astfel de acorduri. Pentru ca lucrurile propuse de Agenda 2030 să devină realitate, sensul larg al ODD-urilor trebuie înțeles ca un angajament puternic al fiecărei părți implicate de a-și îndeplini obiectivele.[17] Pentru prima dată în istorie, subiectul schimbării climatice a ocupat un loc fruntaș pe agenda celor care fixează obiectivele și, ca rezultat, mai mult de o treime din cele 17 obiective este orientat către climă. Gândind în perspectivă, nu este deloc deplasat să spunem că, fără o planetă sănătoasă, niciunul dintre celelalte obiective nu va putea fi atins.

Obiectivele pe înțelesul tuturor

Una dintre cele mai mari frustrări generate de protocoalele anterioare ONU a fost limbajul legal, tehnic și formal folosit în aceste acorduri, deloc simplu de înțeles de către un om oarecare. Cum pot statele și instituțiile globale să spună că lucrează în folosul „tuturor", când nu includ oamenii simpli și tinerii in fazele de negociere și implementare? Agenda Dezvoltării Durabile a

făcut o treabă extraordinară încercând să schimbe lucrurile, prin evenimente care fac referire la obiective, organizate de Națiunile Unite și diverse țări; chiar și mediul de afaceri – inclusiv marile corporații – folosesc Agenda și obiectivele ca să-și structureze direcția. Mai sunt organizate conferințe și discuții, campanii în rețelele sociale, iar multe celebrități se implică și încearcă să popularizeze informațiile despre Agendă și Obiectivele sale. Ca rezultat, zi de zi, mai multe state, corporații și indivizi își asumă angajamente, obligându-se la noi structuri financiare pentru prevenirea schimbării climei și dezvoltare durabilă.

Cu toatea astea, nu suficienți oameni au aflat ce presupune Acordul de la Paris sau care sunt cele 17 Obiective de Dezvoltare Durabilă. ONU este unul dintre cei mai puternici aliați pe care îi avem în lupta cu schimbarea climatică și odată ce avem acest cadru durabil, trebuie să-l transmitem familiei și prietenilor, pe cât posibil. În linii mari, Agenda Dezvoltării Durabile susține că trebuie să răspundem nevoilor prezentului fără să compromitem posibilitatea ca generațiile viitoare să-și poată satisface propriile nevoi, iar dacă toate acestea vor cuprinde societatea, mediul, cultura și economia, viitorul sună bine. Singura cale să facem acest lucru este să devenim conștienți de modelele noastre de consum și să le modificăm. Am putea discuta în continuare diverse scenarii referitoare la mai mulți oameni și la planetă, dar asta ar contrazice scopul de bază al cărții mele. Combinând stringența cu schimbarea, noi, oamenii, avem șansa și responsabilitatea de a juca un rol în salvarea planetei, de a face diferența și a ne păstra optimismul. Am ajuns în sfârșit într-o perioadă în care avem îndrumări clare referitoare la ce să facem și cum să alegem calea cea bună. Toate ne așteaptă, de la construirea unor „afaceri cu un scop" (adică afaceri de pe urma cărora beneficiază de profit atât acționarii, cât și consumatorii), până la

principii durabile incluse în politicile guvernamentale și în propriile noastre vieți. Nu lăsa lipsa de cunoaștere sau de speranță să-ți umbrească potențialul. Suntem oarecum conștienți de momentul în care alegem să ingorăm faptele și să fugim de necunoscut, dar este timpul să începem o revoluție morală.

CUM POATE SCHIMBAREA CLIMATICĂ SĂ DISTRUGĂ O COMUNITATE

Recunoașterea interconectivității Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă este imperativă. Iată o poveste care îți explică de ce:

În 2017, unul dintre primele mele proiecte în domeniul climei s-a desfășurat într-un sătuc numit Anse du Clerc, în cel mai vestic punct din Haiti, în Caraibe. Cu o populație mai mică de 10 000 de săteni, această comunitate se află departe de drumul principal, la ore de mers față de orice magazin sau punct sanitar. Cei mai mulți oameni trăiesc în cocioabe, locuințe improvizate din beton și pânză. Zeci de ani comunitatea a crescut și s-a dezvoltat de pe urma industriei pescuitului, care îi asigura atât mâncarea, cât și veniturile.

Lucrurile s-au schimbat dramatic după cutremurul devastator din 2010, care a distrus zone uriașe din Haiti, inclusiv acest sat, iar creșterea temperaturii mării, poluarea cu plastic și pescuitul excesiv ilegal au adus comunitatea la disperare. Mai multe furtuni puternice lovesc frecvent comunitatea lor, afectând rezervele de apă dulce, astfel că se află într-o continuă luptă cu singura lor resursă: oceanul.

Amprenta de carbon a satului Anse du Clerc este mică, pentru că cei mai mulți oameni nu au acces constant la electricitate, iar acesta este doar un exemplu despre cum tocmai o

comunitate care participă puțin la schimbarea climatică este deosebit de vulnerabilă în fața fenomenului. În prezent, oamenii din Anse du Clerc pescuiesc doar ca să supraviețuiască. Pescarii nu mai pot pescui în apele puțin adânci din jurul insulei, deoarece cantitatea de pește a scăzut dramatic. Ei trebuie să navigheze până la 10 ore pe mare, în bărci mici și șubrede din lemn, ceea ce este periculos din cauza modelului de climă imprevizibil (coasta insulei Haiti este în mod special vulnerabilă în fața uraganelor). Când se întorc, adesea au pește doar cât să se hrănească. Fără să aibă pește pe care să-l poată vinde la piață, nu au venituri și asta generează creșterea nivelului de sărăcie al comunității. Fără venituri, nivelul de sănătate și bunăstare al membrilor comunității este vulnerabil, iar deseori copiii nu sunt trimiși la școală, pentru că pur și simplu părinții lor nu își permit să o facă. Dacă unii dintre ei sunt totuși aleși să facă școală, de obicei aceia sunt băieții, nu fetele, ceea ce crește inegalitatea de gen și reduce accesul la educație de calitate.

Dacă mediul înconjurător va triumfa, atunci viața va merge mai departe pentru comunitățile vulnerabile din toată lumea. Mai este timp să acționăm și să ne adaptăm folosind obiectivele de dezvoltare durabilă drept cadru, dar schimbarea climatică este o problemă a viitorului la care trebuie să ne gândim și pentru care trebuie acum să facem un plan.

Este important să cunoaștem contextul din Haiti: din punct de vedere istoric, insula a fost întemeiată pe sclavie, apoi a urmat un război de eliberare violent, ceea ce au făcut-o să devină o țară incredibil de săracă. Nici până în prezent unele orașe din Haiti nu au o sursă constantă de electricitate – pentru mulți locuitori, lemnul rămâne cea mai importantă sursă de energie și acesta este unul dintre motivele pentru care pădurile insulei au dispărut, în mare parte. Fără vegetație, solul se erodează, iar

pământul expus permite ploilor intense să îndepărteze pătura de vegetație, ceea ce îngreunează creșterea culturilor de plante.[18] Când schimbarea climatică va lovi Haiti, insula va fi afectată puternic. Și, cu toate că exemplul dat (din Anse du Clerc) a avut loc, probabil, departe de tine, aceasta este numai una dintre multele povești similare, trăite la nivel mondial. Mai aproape de casa ta există multe comunități al căror viitor depinde de stabilitatea climei. Deschide ochii și privește în jurul tău.

„Schimbarea climei este singura amenințare majoră care îi pune pe oamenii din Caraibe într-o poziție vulnerabilă și a provocat, numai în ultimii 20 de ani, pierderi de peste 100 de miliarde de dolari. Impactul asupra oamenilor este și mai distrugător când aceștia pierd totul în numai câteva secunde, în timpul furtunilor puternice. Aceste modele de climă nenaturale și frecvente din Caraibe sunt un semnal de alarmă referitor la felul în care schimbarea climatică multiplică forța dezastrelor naturale. Aceste dezastre afectează în mod disproporționat oamenii săraci, care trăiesc în zone cu infrastructură slabă și au posibilități limitate de a face față impactului. Înaintea Agendei pentru Dezvoltare Durabilă, nimic altceva nu a mai adus atăta speranță umanității și trebuie să ne străduim să implementăm toate cele 17 Obiective până în 2030, ca să le asigurăm generațiilor viitoare un viitor echitabil și prosper."

Laurent Lamothe, ex Prim-ministru
al Haiti și antreprenor social vizionar

2

Știre de interes... plastic

„Numai noi, oamenii, producem gunoaie pe care natura nu le poate descompune."

Charles Moore, cercetător marin

Plasticul este ieftin și ușor de folosit și, datorită lui, au fost salvate nenumărate vieți – în sectorul medical, al conservării hranei –, iar dezvoltarea surselor de energie verde – de la centrale eoliene la panouri solare – a fost foarte mult simplificată. Acest capitol nu sugerează în niciun caz că noi, oamenii, trebuie să renunțăm la plastic, ci doar că trebuie să facem lucrurile diferit.

Scurtă istorie a sacoșei de plastic

Au trecut 54 de ani de când a fost creată sacoșa de plastic, iar acum este unul dintre cele mai des întâlnite obiecte în oceanele și pe plajele noastre, la nivel global. Iată o scurtă istorie:

1933, polietilena Cel mai des folosit plastic a fost creat din întâmplare la o uzină chimică din Northwich, în Anglia.

Compoziția chimică mai fusese creată înainte în serii mici și a fost inițial folosită de armata britanică în timpul celui de-al Doilea Război Mondial.

1965 Inginerul suedez Sten Gustaf Thulin a creat pentru compania Celloplast designul pentru o sacoșă de cumpărături din polietilenă și foarte rapid aceasta a ajuns să le înlocuiască, în Europa, pe cele din material textil. Compania a obținut brevet de invenție în Statele Unite pentru ideea care a fost mai târziu numită „sacoșa-tricou de plastic", iar modelul său, în esență, este folosit pentru fiecare sacoșă de plastic pe care ai primit-o vreodată într-un supermarket.

1979 Controlând deja 80% din piața sacoșelor în Europa, sacoșa de plastic a fost trimisă peste hotare și a devenit rapid populară în Statele Unite. Companiile de materiale plastice au început să-și prezinte agresiv produsele ca fiind de departe mai bune decât sacoșele din hârtie sau cele reutilizabile.

1982 Cel mai mare lanț de supermarketuri din Statele Unite a trecut la sacoșe de plastic, iar până la sfârșitul deceniului, sacoșele de plastic înlocuiseră aproape complet hârtia, în toată lumea.

Anii 1990 Sacoșele de plastic au devenit un produs universal, fabricat anual într-un miliard de exemplare. Acestea au început să fie găsite în apropierea calotelor glaciare, în cele mai adânci gropi din oceane și au început să blocheze cursurile de apă în comunitățile din toată lumea. Numeroase specii marine confundă pungile de plastic care plutesc în ocean cu mâncarea.

2002 Bangladesh este prima țară din lume care a interzis pungile de plastic, după ce s-a descoperit că jucau un rol-cheie în înfundarea sistemelor de scurgere, în perioadele cu inundații

puternice. Alte țări i-au urmat exemplul. Africa a luat serios atitudine în mai mult de 15 țări, cum ar fi Kenya și Uganda, interzicând complet sau taxând serios folosirea pungilor de plastic.

2015 Numărul de sacoșe de plastic de unică folosință a crescut la 7,6 miliarde. În Regatul Unit, în 2014, guvernul, susținut de grupurile de mediu, a impus o taxă de 5 pence per sacoșă. În numai 1 an, studiile au arătat că au fost vândute 1,1 miliarde de pungi de unică folosință – o scădere masivă față de totalul anului anterior.[1] Studiul nu a inclus sacoșele mai rezistente, care au fost cumpărate în locul celor de unică folosință, pentru că supermarketurilor li s-a cerut să ofere date, în general, numai despre cele de unică folosință (deși unele oferă date despre ambele tipuri). În 2019, magazinele au vândut aproape 958 de milioane de „sacoșe rezistente" în numai 1 an, iar consumul mediu al unei familii tipice din Regatul Unit a fost de 44 de pungi rezistente în acel an. Fiecare dintre aceste „pungi rezistente" poate cântări cam de patru ori mai mult decât o pungă de unică folosință, este considerabil mai groasă și mai puțin biodegradabilă. Dacă încercăm să înlocuim pungile de unică folosință cu cele „rezistente", dovezile pentru o scădere dramatică a vânzărilor de sacoșe de plastic în general nu sunt un argument chiar atât de convingător pe cât am putea crede.

2020 În jur de un trilion de sacoșe de unică folosință sunt folosite anual în lume. Asta înseamnă aproape 2 milioane pe minut, un număr care tot este mult prea mare. Sacoșele moderne de cumpărături sunt mult mai ușor de reciclat sau sunt biodegradabile, din plastic obținut din materiale vegetale, care se pot descompune organic și previn acumularea de chimicale toxice în gropile de gunoi. Dacă nu iei cu tine o sacoșă reutilizabilă când mergi la cumpărături, alege una biodegradabilă sau din hârtie.

Plasticul și discuțiile despre climă

Oricât de mult am încerca să-l evităm, plasticul este pentru mulți dintre noi parte din viața zilnică.

Discuțiile în contradictoriu despre plastic se poartă peste tot, dar trebuie să spunem un lucru: plasticul nu este singurul motiv al mișcării de mediu și, de fapt, apare rar în discuțiile referitoare la climă. Organizațiile au făcut o categorie specială pentru poluarea cu plastic, dar acesta se află în miezul problemei schimbării climatice deoarece este un produs derivat din combustibilii fosili: acele gaze de seră care ne încălzesc planeta și distrug tot.

Începând cu anii 1950, producția de plastic a depășit-o pe cea a oricărui alt material. Mare parte din plasticul pe care îl producem este gândit să fie de unică folosință, mai ales pentru împachetare, și se presupune că va fi aruncat după ce va fi folosit doar o singură dată. Există multe tipuri de material plastic – polietilenă, PVC sau acrilic, ca să menționăm câteva dintre cele mai populare – și toate au proprietăți incredibil de folositoare și sunt rezistente.

Suntem o cultură care tratează plasticul ca pe un material ce poate fi aruncat, nu ca pe o resursă de valorificat. De asemenea, trăim o perioadă în care poți să-ți cumperi de la magazin o singură banană ambalată pe o placă de polistiren înfășurată în plastic. Da, este o nebunie totală să ambalezi fructe și legume în plastic de unică folosință. De fapt, există multe alte produse care nu este necesar să fie ambalate în plastic și din acest motiv raportările despre plastic sunt atât de deformate, încât este greu să obții o imagine de ansamblu. Oceanele și cursurile de apă sunt sufocate. Insule de plastic înfloresc peste tot. Viața marină și păsările de mare mor în număr extrem de mare. În orașe, plasticul înfundă scurgerile, provocând inundații și favorizând

apariția bolilor. De asemenea, au fost găsite sute de specii de animale care aveau căile respiratorii sau stomacul blocate cu bucăți de plastic – adesea fiind înghițit de păsări, broaște-țestoase și delfini care îl confundă cu hrana. În final, plasticul ajunge în propria noastră hrană. Ne facem rău singuri prin epidemia aceasta de plastic.

Date concrete despre plastic

- Trei sute treizeci de milioane de tone de plastic sunt produse în fiecare an.
- Peste 12 tone de plastic ajung în oceane în fiecare an.
- În fiecare minut, un camion plin cu gunoaie din plastic este descărcat în ocean.
- În Statele Unite și Regatul Unit, se aruncă peste 550 de milioane de paie de unică folosință pe zi.
- 80% din plasticul din oceane provine de pe uscat.
- Până în 2050, greutatea plasticului din oceane s-ar putea să o depășească pe cea a peștilor.
- O sticlă de plastic are nevoie de peste 450 de ani ca să se descompună în ocean.
- 90% dintre păsările de mare au, probabil, plastic în stomac.
- În jur de 500 de miliarde de sticle de plastic sunt vândute în fiecare an, iar numărul lor crește – echivalentul este de aproape 20 000 de sticle pe secundă.[2]
- În Statele Unite sunt folosite 1 500 de sticle de plastic pe secundă.

- Japonia este a doua țară din lume (după SUA) în ceea ce privește consumul de ambalaje de plastic per individ. Conform *Statista*, Japonia produce mai mult plastic per individ decât China și restul țărilor din Asia la un loc.[3]
- În 2017, Coca-Cola a produs trei milioane de tone de ambalaje de plastic, ceea ce echivalează cu circa 200 000 de sticle pe minut.[4]

CEL MAI POLUAT CURS DE APĂ DIN LUME

Nu se poate exprima în cuvinte și nici contextualiza cât de rău arată unele locuri devastate de pe această planetă. Distrugerea este pur și simplu greu de cuprins cu ochiul liber, iar unul dintre aceste locuri este fluviul Citarum din Indonezia, cunoscut și drept cel mai poluat curs de apă din lume. În fiecare zi, nu mai puțin de 20 000 de tone de deșeuri și 340 000 de tone de ape reziduale, în mare parte provenite din 2 000 de fabrici de materiale textile, sunt aruncate direct în apele odinioară limpezi și curate ale fluviului Citarum. Nu este de mirare că peștii aproape au dispărut din el.

Ca să înțelegi cât de murdar este acesta, în unele locuri luciul apei nici nu se vede cu ochiul liber, pentru că este acoperit de un morman incredibil de gunoaie, majoritatea din plastic. Unde se zărește puțină apă, culoarea este întunecată și opacă, din cauza volumului excesiv de substanțe toxice aruncate în fluviu de fabricile din apropiere.

Alte surse de poluare sunt sătucele aliniate de-a lungul râului Citarum, care nu au serviciu public de salubrizare sau gropi de gunoi, ceea ce îi pune pe locuitori în situația de a alege între a-și arde resturile și fecalele sau a le arunca în râu. În final,

foarte multe bucăți de plastic provin din gunoaiele din Europa și SUA; acestea sunt aduse în Indonezia pentru a fi reciclate (vezi *Deșeurile din plastic și țările sărace*).

Fluviul Citarum este un sprijin pentru mulți oameni din Indonezia. Este sursa de apă „curată" pentru mai mult de 25 de milioane de oameni, care o folosesc pentru băut sau agricultură. N-ar fi o surpriză să afli că Citarum n-a întrunit niciodată standardele de calitate ale apei impuse de guvernul indonezian. Mulțimea de oameni care depind de apa îngrozitor de poluată suferă în prezent de infecții și boli de piele.[5]

Aceasta nu este doar o problemă specifică malurilor fluviului Citarum, iar plasticul care poluează apele nu se oprește doar aici: plutește mai departe, în ocean. Dacă nu încetăm să ne poluăm sursele de apă, estimările spun că până în 2050 în oceane va exista mai mult plastic decât pește.

Plastic 101

Ai stat vreodată să te gândești de unde vine de fapt plasticul, un material pe care îl ții în mâini, din care bei, mănânci și pe care îl folosești în multe alte momente intime?

După cum am spus mai devreme în acest capitol, plasticul este obținut din combustibili fosili. Da, combustibili fosili. Care este una dintre cele mai mari provocări în încercarea de a ne proteja planeta de plastic? Companiile petrochimice, desigur.

O să fiu un pic plicticoasă acum, dar să încerci să simplifici procesul de producție a plasticului este complicat, așa că din această mică explicație vor lipsi sute de detalii – dar reține ce poți din cele 101 lucruri de bază. (Pentru cei cu adevărat interesați de compoziția chimică a plasticului, pe Google există

literalmente mii de ore de materiale online despre producerea plasticului – faceți-vă de cap.)

Plasticul este obținut din petrol (țiței). Petrolul brut este un amestec complex de mii de compuși chimici și este intens procesat înainte de a fi folosit. Viața plasticului începe cu distilarea petrolului brut într-o rafinărie, ceea ce duce la separarea lui în diferite componente. Fiecare dintre ele este un amestec de hidrocarburi (carbon și hidrogen), diferite ca mărime și structură. Particula necesară pentru producerea plasticului se numește benzină grea.[6] Polimerizarea și policondensarea în prezența unor catalizatori specifici sunt cele două mari procese folosite la producerea plasticului. Ceea ce face ca să fie atât de versatil este faptul că el nu este un singur material, ci un grup de materiale – iar ele se regăsesc în atât de multe feluri în viețile noastre.

Marile afaceri contează mai mult decât poluarea

În discuții, campanii de conștientizare și forumuri politice la nivel înalt, rareori auzim vorbindu-se despre companiile petrochimice. Producătorii de plastic presupun că cererea pentru produse de plastic de unică folosință va continua să crească, în ciuda faptului că la nivel global devenim din ce în ce mai conștienți de pericolul poluării cu acest material, iar atitudinea oamenilor se schimbă. Investițiile în această industrie reflectă presupunerea că rezervele de hidrocarburi ieftine vor fi folosite și în deceniile următoare. Companiile pompează miliarde de dolari în infrastructuri de ultimă oră, care produc materialele de bază pentru producția de plastic. Aceste corporații puternice, de miliarde de dolari, au tot interesul să mențină producția de plastic în viață, fără să-i intereseze ce se întâmplă cu oamenii sau cu planeta. Asta face ca lupta împotriva poluării cu plastic

de unică folosință să fie mai riguroasă și holistică, înțelegând că alegerile potrivite referitoare la energia regenerabilă și deciziile ecologice ar putea ajuta de asemenea la reducerea producției și poluării cu plastic, și invers.[7]

Consecințele

Copilul-mînune al anilor 1930 era rezistent, flexibil și ieftin și a devenit rapid parte din absolut orice. La acel moment, cum se întâmplă cu orice nouă invenție, consecințele pe termen lung nu au fost evaluate și rezultatul este că acum ne confruntâm cu o criză a plasticului – de la albiile cursurilor de apă până la partea cea mai profundă a lanțului nostru alimentar. Chiar și mâncărurile de zi cu zi conțin plastic. Iată câteva exemple:

Sticlele de plastic

În mare parte, apa îmbuteliată este vândută în sticle de plastic de unică folosință, care fac să ajungă microplastic și alte chimicale în apa pe care o conțin.

Ceaiul

În lume, în jur de două miliarde de oameni beau ceai în fiecare dimineață. Ca englez, ceaiul este o băutură zilnică de bază, iar ca națiune bem zilnic, în medie, 165 de milioane de cești de ceai.[8]

Aproximativ 96% din pliculețele de ceai pe care le folosim conțin plastic: polipropilenă. Companiile au început să folosească plastic ca să izoleze pliculețele de ceai, lucru care l-a făcut poluant de fiecare dată când aruncâm unul în găleata noastră

de gunoi. Desigur, este rău și pentru sănătatea noastră. La următoarea pauză de ceai, caută plicuri de ceai care nu au plastic în compoziție sau alege ceai neambalat.

Cafeaua

Până acum, peste 30 de miliarde de capsule de plastic și aluminiu a fost vândute doar de Nespresso. Lumea a pus nevoia arzătoare de cafea deasupra nevoilor planetei. Dacă folosești capsule obișnuite de cafea, alege să folosești capsule degradabile, fără plastic, sau pur și simplu treci pe cafea făcută la presă franțuzească, filtru, espresso tradițional (care nu produce alt deșeu în afară de zaț) sau cafea instant, care nu presupune aruncarea unei bucăți de plastic de fiecare dată când o consumi.

Mâncarea la caserolă

Majoritatea caserolelor sunt pline de BPA chimic, care conține urme de plastic ce au fost corelate cu apariția cancerului și a obezității. Fii atent, pentru că această substanță din plastic este adesea transparentă. Plasticul interacționează cu conținutul caserolei și este de asemenea o sursă de microplastic. Dacă găsești și este posibil, cumpără caserole de sticlă, sau, dacă poți să faci cumpărături dintr-un magazin care nu produce deșeuri, poți să-ți umpli propriul recipient cu bunătăți.

Sarea de mare

Pe măsură ce mările devin din ce în ce mai poluate, nu este de mirare că sarea de mare este adesea contaminată. Studiile au arătat că 1 kilogram de sare de mare poate conține peste 600 de microplastice.[9] Alege sare gemă de calitate, care s-a format înainte ca lumea să fie poluată.

Berea

Câteva studii au găsit microplastice în produsele finale. Sursa acestor microplastice este atribuită apei, pentru că se folosise apă de la rețeaua municipală. Citește eticheta berii și bea numai bere făcută cu apă filtrată.

> „Plasticul va fi ingredientul principal al tuturor rețetelor nepoților noștri."
>
> **Anthony T. Hincks**

Acțiuni împotriva plasticului

Nu vom rezolva criza plasticului peste noapte, deoarece cantitatea de plastic existentă și produsă în acest moment este copleșitoare. Dependența noastră de acest material este pur și simplu prea mare. La fel ca schimbarea climatică, problema poluării cu plastic este uriașă și dramatică. Singurul mod în care putem începe rezolvarea acestei probleme este să nu mai producem și să nu mai folosim obiecte de unică folosință realizate din plastic la nivelul la care o facem în prezent. Să găsim alternative pentru împachetare și pentru confortul nostru cultural. Ca să ne schimbăm, avem nevoie adesea de puțină inspirație, iar liderii comunităților care atacă problema poluării cu plastic sunt pe val, fie că este vorba de coordonarea unei acțiuni de ecologizare a unei plaje sau de organizarea unei discuții despre problema plasticului în comunitate.

CUM A DEVENIT PENZANCE PRIMUL ORAȘ BRITANIC ÎN CARE NU SE MAI FOLOSEȘTE PLASTIC

Poluarea cu plastic a devenit sinonimă cu mare parte din activitățile desfășurate în zona de coastă a Regatului Unit: pe plajă, când navighezi, când ieși să privești animalele sălbatice..., orice ai face pe sau lângă mare va fi evident că zona noastră de coastă este contaminată cu plastic – ce devine parte din orice experiență. Un oraș care a hotărât să acționeze și să-și micșoreze propria contribuție la poluarea cu plastic este Penzance, din Cornwall. Acesta a devenit primul oraș din țară care a primit statutul de „oraș fără plastic" de la organizația caritabilă pentru conservarea mediului marin „Surferi împotriva deșeurilor" (SID), după ce primăria a votat susținerea inițiativei.

Magazine, cafenele și alte afaceri locale și-au redus consumul de obiecte de unică folosință din plastic trecând la alternative biodegradabile, iar membrii comunității au fost implicați în curățarea plajelor.

După ce au format un comitet anti-plastic, conducătorii orașului sunt hotărâți să meargă mai departe, astfel încât presiunea consumatorilor să oblige mai multe afaceri și chiar furnizori să-și schimbe practicile, pentru a reduce cheltuielile care decurg din faptul că nu mai folosesc plastic. Scepticismul nu lipsește din Penzance, dar conversațiile din oraș demonstrează că schimbarea nu este un lux, câtă vreme atât perspectiva afaceriștilor asupra problemei, cât și cea a locuitorilor au schimbat direcția. De când Penzance a obținut statutul de oraș fără plastic, peste 330 de comunități din Marea Britanie i-au urmat exemplul.

Un activist împotriva plasticului din Kenya a devenit faimos și a ajuns erou național. Ajuns la capătul răbdării din cauza celor ce se întâmplau în orașul în care trăia și îngrijorat de soarta

generației din care făcea parte fiul său, James Wakibia din Kenya a decis să intre în acțiune. Iată povestea lui:

James Wakibia
Activist împotriva plasticului, Kenya, @jameswakibia

Î: Cum ți-a afectat plasticul orașul și comunitatea?
R: Pungile de plastic erau aruncate aproape peste tot: pe fiecare spațiu, în fiecare colțișor, blocau scurgerile, înfundau gheneле, atârnau prin copaci și pe garduri; erau un pericol pentru societate. În ele se aduna apă când ploua și deveneau adăpost pentru țânțarii care provoacă malarie.

Î: Care a fost punctul de cotitură și momentul în care ai decis că trebuie să acționezi și să devii o voce pentru mediu?
R: Din păcate, apelurile mele inițiale, în care ceream închiderea și relocarea gropii de gunoi a orașului (care era o privelițe îngrozitoare) au eșuat. Primisem promisiuni de la conducerea districtului că vor acționa în viitorul apropiat, dar în timp ce stăteam și așteptam mi-am dat seama că cea mai mare problemă cu groapa de gunoi nu erau deșeurile în general, ci plasticul, care nu era niciodată reciclat, nu este biodegradabil, este ușor și prin urmare este foarte simplu să-l ia vântul sau să ajungă în apă, spre deosebire de alte gunoaie, care se descompun și pot fi reciclate. De atunci, am hotărât să duc campanii pentru interzicerea pungilor de plastic. Asta s-a întâmplat din 2013 până în 2017, când guvernul Kenyei a interzis în sfârșit pungile de plastic.

Î: Ce strategii ai folosit ca să crești nivelul de conștientizare pentru campania ta împotriva plasticului? Care a fost rolul rețelelor sociale în transmiterea mesajului?
R: Practic, am încercat să transmit mesajul meu publicului larg prin toate mijloacele pe care le-am avut la dispoziție. De la

bun început, am scris articole de opinie și le-am publicat în mass-media, de asemenea am publicat pe bloguri și pe rețelele sociale. Mai târziu m-am atașat de Twitter și Facebook: mai mult Twitter, pentru că puteam să urmăresc hashtagurile și să văd la câți oameni ajungeam. Mai mult, să devin viral pe Twitter a fost atât de minunat datorită numărului mare de oameni și de discuțiile care au urmat. Într-adevăr, pe rețelele sociale s-a întâmplat ca un oficial al guvernului, Ministrul Mediului, să reacționeze la hashtagul meu de succes pe Twitter: #BanPlasticsKe, înainte să-l schimb cu #IsupportBanPlasticsKe. După ce Ministrul Mediului a spus că susține apelurile la interzicerea pungilor de plastic în Kenya, o nouă lege a fost rapid implementată. Rețelele sociale sunt un instrument atât de puternic de luptă pentru schimbare deoarece nu are limite, este instantaneu și poate ajunge oricând, la oricine. Rețelele sociale au fost folosite ca să înlăture tirani de la putere – sunt un mijloc de comunicare altfel decât oricare altul. Greta Thunberg îl folosește ca să lupte împotriva crizei climatice, eu l-am folosit ca să combat poluarea cu plastic în Kenya și îl voi folosi mereu pentru schimbări în bine.

Î: Care sunt cele mai importante obiective ale tale atăt pentru orașul tău, cât și pentru Kenya, ca întreg în această cruciadă împotriva plasticului?

R: Obiectivul meu este să văd că noi, oamenii, trăim într-o lume sustenabilă, unde tot ce folosim poate fi reciclat ușor sau refolosit, și că avem un impact minim asupra mediului. Dacă un obiect pe care l-am produs nu poate fi reciclat și nici nu este biodegradabil, ar trebui să nu-l mai folosim; nu este greu să-ți dai seama că într-o bună zi obiectul acela ne va sta în cale nouă sau copiilor noștri. Nu mi-aș dori așa ceva pentru fiul meu, care acum are doi ani. Vreau să trăiască și să se bucure de natură fără să-și facă griji că apa pe care o bea ar putea

fi contaminată cu plastic sau că peștele pe care îl mănâncă conține microplastice. Acesta este visul meu pentru el și toți ceilalți copii ca el.

Voi fi fericit să văd că mai multe țări renunță la obiectele de unică folosință din plastic în favoarea unor alternative mai bune. Nu există viață într-o lume sufocată de deșeuri din plastic; este timpul să deschidem ochii, acum mai mult decât oricând simt că lumea trebuie să se schimbe.

Această planetă este singura noastră casă, trebuie să o protejăm cu grijă – mai puțin plastic este fantastic.

Reciclarea

Principala problemă este că plasticul nu dispare niciodată – doar se rupe. Guvernele și presa ne-au spus să reciclăm, să reciclăm, să reciclăm, dar hai să demontăm un mit. În celebra frază „redu, refolosește, reciclează", al treilea R poate fi deosebit de amăgitor, întrucât sistemele proceselor de reciclare nu sunt chiar atât de avansate. Abilitatea noastră de a face față plasticului este deja depășită și mai puțin de 9% din cele 9 miliarde de tone de plastic pe care le-am produs până acum în lume au fost reciclate.[10]

Practicile de reciclare diferă de la o țară la alta, dar până și în cele mai avansate state, cum sunt Japonia și Danemarca, criza poluării cu plastic a depășit abilitatea oricărei țări de a-i face față. Doar în ultimii 20 de ani, s-a estimat că au fost produse peste 350 de milioane de tone pe an, dar faptul cu adevărat copleșitor este că acest număr este preconizat să se dubleze în următoarele două decenii. De la primul exemplar creat și până în momentul actual, curba ascendentă a producției a scăpat de sub control.

Majoritatea produselor pe care le pui în coşul de reciclat, din cauza unor imperfecţiuni, nu pot fi procesate. Când sunt amestecate materiale diferite, destrămarea materialului şi mulţimea de alte probleme tehnice fac din refolosirea plasticului o provocare şi, ca urmare, nu prea am progresat cu reciclarea efectivă.[11] Când prea multe astfel de obiecte ajung la reciclat, conţinutul este etichetat drept „contaminat" şi este imposibil de reciclat.

Şi atunci, dacă majoritatea plasticului nu este reciclat, unde crezi că ajunge? Nu dispare pur şi simplu de pe faţa Pământului şi nici nu se evaporă. Undeva ajunge, iar acel loc este fie o groapă de gunoi, fie oceanul, fie o ţară mai săracă.

Groapa de gunoi

Dacă tendinţele actuale vor continua, până în 2050 vor exista 12 miliarde de tone de plastic în gropile de gunoi. Această cantitate este de 35 000 de ori mai grea decât Empire State Building.[12]

O groapă de gunoi este o zonă unde sunt duse deşeurile pentru a fi îngropate. Ca s-o spunem simplu, gropile de gunoi funcţionează aşezând în straturi deşeurile într-o gaură uriaşă. Din punct de vedere istoric, gropile de gunoi au fost cea mai răspândită metodă de organizare a deşeurilor, iar scopul lor a fost să izoleze resturile de mediul înconjurător, evitând contaminarea apei şi contactul cu aerul. Obiectele din plastic amestecate cu gunoiul obişnuit sunt parte din mormanele în creştere, din toată lumea, care produc mirosuri oribile: gaze sulfuroase, metan, dioxid de carbon sau amoniac, printre altele. Gropile de gunoi nu sunt construite să descompună deşeurile, ci doar să le conţină, dar resturile se descompun, chiar şi încet, în mediu închis, iar tonele de emisii de metan şi carbon eliberate în aer contribuie la creşterea încălzirii globale.

Incinerarea

Din perspectiva mediului înconjurător, în general este considerat mai bine să îngropi plasticul decât să-l arzi. Cu toate acestea, în SUA cantitatea de deşeuri arse este de şase ori mai mare decât cea de deşeuri reciclate. Cele mai periculoase emisii sunt cele rezultate în urma arderii plasticului care a conţinut chimicale toxice – extrem de dăunătoare organismului uman.

Pentru că plasticul este obţinut din petrol şi gaz, creează o cantitate mare de căldură când este ars; hidrocarburile din acest material produc mai multă energie decât cărbunele. Transformarea plasticului în energie nu reduce cererea pentru noi produse din plastic, nici nu reduce semnificativ dioxidul de carbon, dar ar putea fi o parte din economia circulară, dacă procesul ar deveni competitiv la nivel global, din punctul de vedere al costurilor.

Oceanele noastre

Ţinând cont de faptul că oamenii au explorat mai puţin de 4% din întinderea oceanelor, este o mare provocare să ştii exact cât plastic a ajuns în ele. De asemenea, oceanul este în continuă mişcare, aşa că plasticul călătoreşte peste tot. Un studiu realizat de Fundaţia *Ellen MacArthur* a estimat că în prezent există 150 de milioane de tone de plastic în oceane. Aproximativ 80-90% din plasticul din oceane provine de pe uscat. Jumătate din acesta provine din plasele de pescuit şi echipamentul pierdut de pe remorchere. Plasele de pescuit din plastic sunt cele mai periculoase pentru speciile marine cum sunt delfinii şi leii de mare, care se prind în plase şi se pot sufoca uşor.

RĂȚUȘTELE DE PLASTIC FAC ÎNCONJURUL LUMII

În 1992, 29 000 de rățuște galbene de cauciuc au ajuns în ocean după ce un container a căzut de pe un vapor, pe drumul dintre Hong Kong și Statele Unite. După ce au ajuns în Oceanul Pacific, rățuștele au călătorit în jurul lumii, eșuând pe țărmurile din Hawaii, Alaska, America de Sud, Australia și Europa. Altele au călătorit peste 27 358,85 de kilometri, au plutit pe deasupra locului unde s-a scufundat Titanicul și au înghețat ani buni în ghețurile Arcticii, înainte să ajungă în final în Statele Unite.

Problema eliminării plasticului

Ideea de a scoate din oceane atât de mult plastic este năucitoare. În plus, ce ar putea face oamenii cu el, dacă ar fi să-l scoatem pe tot din ocean? Nu avem unde să-l punem, nu avem în acest moment mijloacele necesare să-l reciclăm și, cel mai probabil, ar sfârși în mod greșit ars într-o groapă de gunoi dintr-o țară în curs de dezvoltare. Acțiunile de curățare au succes limitat. În zonele de coastă, unde plasticul este atât de nociv, poate amenința industria turismului și infrastructura comunităților. Ecologizările făcute pe plaje și râuri sunt vitale, chiar dacă există problema eliminârii lui, pentru că aceste ecologizări adună plasticul într-un singur loc – în plus, există anumite acțiuni prin care te poți implica în comunitatea locală.

Ce se întâmplă cu plasticul care nu este scos din ocean? În loc să dispară, se rupe încet în fragmente mai mici, cunoscute ca microplastice. Principala problemă cu microplasticele este că se infiltrează în sistemul nostru acvatic și trofic. Sute de mii de animale marine, mai ales păsări, mor deoarece s-au încurcat în

sau au înghițit plastic. Cum am spus la începutul cărții, dacă mănânci pește, ai 99% șanse să fi ingerat deja microplastice.

CE SUNT MICROPLASTICELE?

Sunt bucățele minuscule de plastic, uneori descrise ca având între 5 și 10 nm (nanometri). Unele microplastice, cum sunt microsferele, sunt special gândite să fie atât de mici; cu toate acestea, majoritatea microplasticelor sunt fragmente din bucăți mai mari de plastic, cum ar fi sacoșele sau bidoanele din plastic, care se desfac în fragmente din ce în ce mai mici.[13] Totuși, principala sursă de microplastice este considerată a fi spălarea hainelor, responsabilă pentru aproximativ o treime din plasticul din ocean. Vom discuta mai pe larg despre această problemă a microplasticelor în capitolul despre modă.

Deșeurile din plastic și țările sărace

Deja de prea mult timp, atât ca țări pe deplin dezvoltate, cât și ca indivizi, am evitat să ne asumăm responsabilitatea pentru propriul consum de plastic. Deși noi, în lumea dezvoltată, am putea fi cei mai mari poluatori cu plastic, nu apărem așa în cifrele oficiale, pentru că țările nu au fost niciodată nevoite să monitorizeze unde ajunge gunoiul odată ce trece de granițele lor.

Ani de zile, țările dezvoltate au trimis deșeurile de plastic greu de reciclat în țările mai sârace din Asia sau Africa. Acest plastic provine dintr-o rețea de industrii, cum sunt cea alimentară, a băuturilor, a sănătății, a modei, tehnologiei și cea aerospațială. În loc să găsească o cale de a-și gestiona propriul gunoi în Europa sau America, îmbunătățindu-și sistemele de reciclare,

țările dezvoltate s-au decis că cea mai simplă și „bună" soluție este pur și simplu să trimită cu vaporul plasticul nedorit către alte țări, care au mai puține resurse și nu vor protesta, și să le lase să se descurce. Ideea era că țările mai sărace vor putea să refolosească plasticul internațional, dar realitatea nu este nici pe departe un succes. Cel mai puțin valoros plastic, care este mai greu de reciclat, sfârșește aproape întotdeauna abandonat, în loc să se încerce măcar să fie transformat în produse noi de către cineva din vreuna dintre acele țări. Ca urmare, obiecte din plastic din America și Europa zac în mormane în satele din țările în curs de dezvoltare. Deșeurile de plastic internațional care aglomerează terenuri străine, plutesc prin oceane și pun în pericol fauna sălbatică, având consecințe cumplite asupra oamenilor și comunităților la care ajung transporturile cu gunoaiele noastre.

Unul dintre principalii receptori ai plasticului abandonat a fost întotdeauna China, dar către finalul lui 2017, chiar și ei s-au săturat și au anunțat că nu vor mai putea accepta deșeuri din Vest, pentru că sistemele lor nu pot ține pasul cu propria lor producție de plastic. Totodată, China a observat oportunitatea, dat fiind politicile climatice actuale, de a lua atitudine și a-și îndeplini o parte din propriile obiective climatice. Asta a fost o catastrofă pentru America și Europa, care se obișnuiseră să se debaraseze ușor de problemele lor cu plasticul.

Guvernele din Vest au fost puse în mare încurcătură, dar a fost și o ocazie pentru ele să creeze schimbări reale, la nivel de sistem, în ceea ce privește producția și consumul de plastic. Totuși, în loc să adopte strategii alternative și să îmbunătățească modul în care gestionează deșeurile din plastic, guvernele au crescut exporturile către alte țări în curs de dezvoltare, cum ar fi Indonezia, Vietnam și Filipine. Aceste țări au fost curând

copleşite de transporturile navale cu deşeuri, de care nu au capacitatea să se ocupe. Ajutorarea ţărilor mai sărace să facă faţă nivelului mereu în creştere de plastic şi alte deşeuri este în cele din urmă o problemă de dezvoltare.

Demontarea unui mit: reciclarea se referă numai la obiectele din plastic

Reciclarea reprezintă separarea materialelor specifice – şi include în mod obişnuit plasticul, metalul, hârtia, cutiile de suc şi lapte, cartonul, sticla, chiar şi tuburile de spray – şi direcţionarea acestora către dispozitive ce le pot pregăti pentru refolosire. Ca să fii sigur că toate obiectele îndesate în sacoşa sau cutia ta de gunoi sunt reciclate, clăteşte-le, spală şi curăţă toate urmele de mâncare, pentru că plasticul murdar nu poate fi reciclat.

Reciclarea acasă depinde total de zona în care trăieşti şi de condiţiile stabilite de consiliul local. Verifică la consiliul local care este lista completă – ce poţi şi ce nu poţi recicla dacă intri pe site-ul oficial, pe pagina referitoare la reciclare. Deocamdată, lasă-mă să-ţi reamintesc ce obiecte neconvenţionale poţi sau nu să reciclezi:

Da, poţi să pui:

- Corespondenţă expirată.
- Tuburi goale de spray, obiecte din aluminiu, cutii de conserve din oţel sau alte metale.
- Bidoane curate de şampon, bidoane de detergent şi ambalaje de la materialele de curăţat pentru bucătărie, baie şi haine.

- Sticle, doar dacă sunt verzi, maro sau transparente.
- Tăvi și folii curate din aluminiu.
- Ambalaje goale de iaurt, margarină și caserole de la mâncarea „la pachet".
- Deșeuri din hârtie, cum ar fi revistele și hârtia tipârită.
- Cutii de carton – doar cele de suc, lapte și pentru șervețele. Numai cutiile *curate* pot fi reciclate.
- Capace? Cele de la cutiile mari de înghețată sunt potrivite, la fel și cele de metal, de la borcane. Cele mici, de la bidoanele de plastic, în mod normal nu sunt primite.

Nu, nu poți să pui:

- Sacoșe de plastic sau alte obiecte din plastic moale vor crea probleme la centrele de reciclare. Se pot răsuci în jurul mașinăriei și vor provoca blocaje.
- Pahare de cafea de unică folosință. Multe pahare de cafea sunt acoperite pe interior cu ceară sau plastic, așa că verifică de două ori la magazinul tău preferat de cafea – sau, și mai bine, ia cu tine propria cană reutilizabilă.
- Capace de la sticlele din plastic gros, capace de la sticlele de bere și așa mai departe.
- Cutii din plastic negre și maro.
- Ambalaje din polistiren expandat, cum sunt recipientele din spumă, pentru mâncare la pachet, sau fragmentele acelea mici, care se pun în cutiile de împachetat, pentru protejarea obiectelor.
- Haine sau cârpe de orice fel.
- Șervețele sau prosoape de hârtie care au intrat în contact cu mâncarea, grăsimea sau fluidele corporale.
- Scutece.

- Cutii unsuroase, murdare, de pizza.
- Becuri.
- Hârtie tocată.
- Resturi menajere sau din grădină.
- Obiecte de uz casnic – chiar dacă sticla poate fi reciclată, paharele, sticla de la cuptor și oglinzile nu sunt reciclabile.
- Hârtie de împachetat din aluminiu, strălucitoare sau cu sclipici. Nu este reciclabilă și nu poate fi procesată, pentru că ar rămâne sclipici în hârtia obținută prin reciclare.

Care este situația în prezent?

Se preconizează că cererea pentru plastic se va dubla în următorii 20 de ani, iar dacă obiceiurile noastre și procesele de producție nu se schimbă, până în 2050 s-ar putea să avem mai mult plastic decât pește în oceane. Datorită relatărilor la scară largă despre consecințele folosirii intensive a plasticului, datorită activismului, a presiunii exercitate de rețelele sociale și de grupurile pentru protecția mediului, criza plasticului a intrat definitiv pe agenda globală. O declarație recentă, făcută de 193 de țări în decembrie 2017, în Nairobi (Kenya), a subliniat nevoia urgentă de a acționa cu privire la criza plasticului. Aceasta a fost, desigur, încă o declarație a Organizației Națiunilor Unite, dar, așa cum am spus în introducere, nu este ușor să determini atât de multe țări să se pună de acord asupra unui subiect și a acțiunilor ce trebuie întreprinse. Momentul marchează primul angajament la nivel global de a confrunta deschis problema plasticului.

În unele locuri, interzicerea obiectelor de unică folosință din plastic este un mesaj puternic și creează în rândul comunităților un sentiment de necesitate a schimbării comportamentale.

Mai mult, motivează companiile locale să caute alternative. Peste 60 de țări au impus interdicții și taxe asupra acestor obiecte, ceea ce este un început minunat, dar munca adevărată începe odată cu implementarea acestor politici. Toate guvernele ar trebui să introducă stimulente financiare pentru a schimba obiceiurile consumatorilor, comercianților și producătorilor, aplicând politici solide care tind către modele circulare de design și producție ale obiectelor din plastic. Într-o economie circulară, destinația finală a plasticului nu este groapa de gunoi sau arderea. În schimb, plasticul va fi proiectat astfel încât să poată fi refolosit la cel mai înalt potențial economic, cât mai mult timp posibil, în cadrul lanțului global de aprovizionare.

> „Nu plasticul este problema. Problema este ce facem noi cu el. Iar asta înseamnă că răspunderea este a noastră și trebuie să fim mult mai ingenioși în folosirea acestui material miraculos."
>
> **Erik Solheim, Președintele Programului ONU pentru Mediu**

Începuturi timide în reducerea poluării cu plastic

Există exemple pozitive de corporații sau companii care au jucat un rol important în combaterea poluării cu plastic. Firme precum Adidas, Lush și Patagonia au demonstrat că sectorul privat nu rămâne indiferent și au lansat noi produse fabricate din plastic reciclat. Dincolo de campaniile grozave de marketing, companiile au cules beneficiile economice ale transformării anumitor practici de afaceri în lanțuri cu valoare globală pe termen lung și au descoperit că producția și consumul sustenabil au fost

foarte profitabile pentru ei. (Totuși, există și o altă fațetă a fabricării de haine noi din plastic reciclat; voi explica în capitolul despre modă.)

Obiectele din plastic sunt esențiale în viața noastră zilnică, iar provocarea schimbării prin parteneriate în sectorul materialelor, la nivel global, nu va crea doar un sistem mai eficient de gestionare a deșeurilor, ci va demonstra posibilitatea trecerii de la o economie liniară la una circulară. Producția de masă a obiectelor de unică folosință din plastic este o problemă recentă, care acum se află (din fericire) pe prima pagină a agendei politice. În cazul în care companiile nu sunt pregătite să reducă imediat, proporțional, consumul de plastic, ele trebuie să ia în considerare acest lucru încă de la început – și pe parcursul tuturor celorlalte perioade de viață ale produselor pe care le folosim.

În acest caz, avem nevoie de eforturile designerilor și companiilor să regândească ambalajele și să inoveze folosind materiale alternative.

Există diferite etape, dar o viziune comună asupra războiului împotriva plasticului a fost rezumată într-un studiu condus de Fundația *Ellen MacArthur*, iar peste 350 de organizații susțin următoarele principii-cheie[14]:

1. Eliminarea ambalajelor problematice sau inutile prin reproiectare, iar inovarea și livrarea unor modele noi sunt o prioritate.
2. Variantele reutilizabile să fie folosite acolo unde este posibil, ca să reducem ambalajele de unică folosință.
3. Toate ambalajele de plastic să fie 100% refolosibile, reciclabile sau biodegradabile.
4. Folosirea plasticului să nu mai fie pe lista de resurse finite consumate.

5. Niciun ambalaj din plastic să nu conţină substanţe chimice periculoase, iar sănătatea, siguranţa şi drepturile tuturor oamenilor implicaţi să fie respectate.

Clima se schimbă – şi tu te poţi schimba

Una peste alta, odată ce începe să te preocupe amprenta ta de plastic, devii un consumator mai atent. Suntem atât de obişnuiţi să luăm, să luăm, să luăm continuu, dar, de fapt, dacă stai puţin şi te întrebi „Chiar am nevoie de chestia asta" sau „Chiar vreau obiectul acela atât de înfăşurat în plastic, pentru numai două secunde de plăcere", probabil răspunsul va fi „Nu".

Acest lucru merge mână în mână cu una dintre temele principale ale cărţii: să devii atent. Discuţia despre plastic a ajuns în momentul în care expresia „un singur om poate face diferenţa" se aplică.

Primul lucru: redu consumul de plastic. Cea mai simplă metodă este să nu mai cumperi obiecte de care nu ai nevoie, dar, când nu poţi evita acest lucru, caută variante cu mai puţin plastic în compoziţie.

Voi, cei revoltaţi de înfăşurarea inutilă a unor obiecte în mai multe straturi de plastic – cum ar fi fructele şi legumele de la supermarket –, despachetaţi produsele şi lăsaţi ambalajul la casier, ca formă de protest. Nu te nelinişti, nu vor crede că eşti nebun, există persoane care fac asta de ceva vreme. Te vei simţi eliberat.

Oricând este posibil, încearcă să ai la tine:

- Propria sacoşă de cumpărături.
- Propria sticlă (dacă măcar unul din 10 englezi ar folosi propria sticlă reutilizabilă măcar o dată pe săptămână, am economisi în jur de 340 de milioane de sticle de plastic pe an).
- Propria cană pentru cafea.
- Propriul set de tacâmuri.

La început poate părea o corvoadă să cari atâtea lucruri în plus, dar după un timp va deveni o obişnuinţă. Adesea, folosirea obiectelor reutilizabile presupune şi ceva economii. Dacă începi să calculezi câte sticle de apă de 1 liră (sau mai scumpe) ai fi cumpărat, vei observa că ai făcut economii semnificative. Multe afaceri oferă acum stimulente pentru cei care îşi aduc propria cană reutilizabilă. Există discounturi de până la 40% din costul băuturii alese.

Spune NU paielor de unică folosinţă – cu excepţia persoanelor care au nevoie de aceste paie din motive ce ţin de anumite dizabilităţi. Paiele pot fi un obiect indispensabil pentru o viaţă independentă, în unele cazuri, iar interzicerea lor ar trebui să ţină cont de cei care au neapărat nevoie de ele.

Foloseşte-ţi conturile de pe reţelele sociale pentru a creşte conştientizarea problemei poluării cu plastic şi încurajează-i şi pe alţii să-şi micşoreze consumul. Fii un exemplu bun pentru generaţiile mai tinere.

Foloseşte recipiente reutilizabile acasă la tine. Cea mai simplă metodă să faci economii şi să fii prietenos cu mediul este să cumperi vrac produse, cum ar fi şamponul, balsamul de păr şi alte lucruri pentru casă, şi să le reumpli când este necesar.

Unele supermarketuri și branduri precum Loop Store au dozatoare pentru diverse produse. Totuși, sunt încă destul de rar întâlnite, dar fii atent, căci piața aceasta se va dezvolta repede în următorii ani.

Evită microsferele. Acestea sunt particule de plastic solid, mici, mai mici de 5 milimetri, care nu se degradează și nu se dizolvă în apă. Majoritatea sunt adăugate în produsele de înfrumusețare, cum este spuma purificatoare pentru față sau alte produse de curățenie. Majoritatea sistemelor de tratare a apelor uzate nu pot reține microsferele, care după folosire ajung în canalizare și apoi în oceanele noastre. În 2018, guvernul american și cel britanic au interzis fabricarea lor, dar este nevoie ca astfel de măsuri să fie inițiate și în alte țări. Pentru producători, există câteva alternative naturale, biodegradabile, care nu afectează mediul când ajung în rețeaua de canalizare; câteva exemple sunt migdalele măcinate, ovăzul, sarea de mare și fulgii de cocos.

Cere etichete mai clare. De multe ori, întâlnești un produs pe care apare simbolul „reciclabil", dar apoi se dovedește că de fapt nu poți recicla tot obiectul. Companiilor ar trebui să li se ceară informații mai clare referitoare la părțile de ambalaj care pot sau nu să fie reciclate.

Fii propriul erou timp de cinci minute și oricând te afli în apropierea unei plaje sau a unui râu, petrece cinci minute culegând plasticul de pe țărm și aruncă-l acolo unde trebuie. #5minutebeachclean

Dacă locuiești într-o zonă de coastă, implică-te în acțiuni mai mari de ecologizare pe plajă. Astfel de acțiuni derulate pe malul râurilor sau în parcuri sunt de asemenea evenimente frecvente și reprezintă un mod foarte bun de a socializa cu alți oameni din zona ta, care îți împărtășesc viziunea.

Fii atent la ambalajele pe care scrie că sunt biodegradabile. Dacă un produs este biodegradabil, ai putea presupune că dispare dacă îl arunci în natură, dar asta este, în mare parte, doar un mit. Cartea mea îți oferă o perspectivă cât mai realistă posibil și cu toate că, da, biodegradabil sună mai atrăgător, în general nu înseamnă că obiectul se va descompune în *orice* fel de condiții. De cele mai multe ori, doar compostarea industrializată, în anumite condiții, poate asigura biodegradarea unor obiecte într-o perioadă rezonabilă de timp; alte sisteme nu pot, deocamdată, să recunoască și să proceseze acest tip de materiale.

Plimbă-te prin firma la care lucrezi și observă ce obiecte de unică folosință din plastic ar putea fi evitate, de la cantină până la aparatul de cafea, inclusiv papetăria inutilă. În esență, militezi pentru condiții mai bune de muncă, care sunt, până la urmă, drepturi de bază ale omului.

O SCHIMBARE SIMPLĂ – O DIFERENȚĂ MARE

Organizația mea non-profit, Fundația *Ocean Generation*, a colaborat la un moment dat cu o mare și renumită corporație din Londra. Când am inițiat parteneriatul, am avut ocazia să mă întâlnesc cu unul dintre directorii executivi în biroul său și, bineînțeles, am început să vorbim despre un eveniment pe care urma să-l găzduim în sediul acelei companii. M-a întrebat mai întâi de ce mă preocupă acest subiect și am subliniat felul în care niște schimbări mici pot avea un impact mare. La întâlnire, ni s-a oferit apă în sticle de unică folosință. I-am explicat că numai prin renunțarea la aceste sticle din plastic, compania lui ar avea imediat un impact pozitiv asupra mediului. La următoarea întâlnire, mi-a spus că a cercetat problema și că doar pe

etajul lui din clădire se foloseau în fiecare săptămână peste 52 de baxuri de apă în sticle de plastic.

Șocat de acest număr, el și-a încurajat echipa de pe întregul etaj să investească fiecare într-o sticlă de apă reutilizabilă și s-o umple de la dozator. O singură schimbare făcută pe etajul unei clădiri de birouri are potențialul de a evita ca mii de sticle de apă să intre în oceanele noastre, în fiecare an.

Am dat acest exemplu pentru că este bine să avem curajul de a vorbi despre plastic la locul de muncă. Atunci începe schimbarea să se întâmple cu adevărat: când verbalizăm problemele. Șeful tău sau orice CEO sau manager este o ființă umană și, în fond, își va dori o imagine bună pentru compania sa și angajați mulțumiți.

„Toți știm ce se întâmplă cu plasticul, cât de îngrozitor este și cât rău face. O spunem de ani de zile. Totuși, ca la un semnal, brusc oamenii au început să fie conștienți de el. Asta îți dă speranță. Ideea ia amploare în lume.
Dar Roma n-a fost construită într-o singură zi.
Mișcarea a început și acum este de neoprit."

Sir David Attenborough

3

Adevărul urât despre modă

„Sustenabilitatea este la modă de miliarde de ani, altfel n-am mai fi în viață. Acum excesul este pe val și trebuie să-l eliminăm ferm din industria modei."

Orsola de Castro, co-fondatoare a Revoluției Modei

Nu cu multă vreme în urmă, hainele erau relativ scumpe pentru toată lumea. Deciziile de cumpărare erau luate cu grijă și majoritatea oamenilor nu aveau o garderobă prea mare, alcătuită din haine care să fie purtate un singur an sau un singur anotimp. Dar odată cu dezvoltarea modei rapide – adică haine ieftine care nu sunt făcute să dureze prea mult – și cu apariția materialelor sintetice, hainele pe care le purtăm au devenit acum un subiect îngrijorător pentru mediu.

Gândește-te la ultimele articole vestimentare pe care le-ai cumpărat.

- Ai luat în calcul vreun aspect etic atunci când ai cumpărat produsul?

- Cine a produs materialul?
- Cine a croit și a cusut materialul?
- Câtă apă a fost consumată pentru producerea acelui articol vestimentar?
- Câtă energie și cât dioxid de carbon a fost eliberat în atmosferă în procesul de producție și pentru transportarea lui?
- Cum va afecta mediul obiectul pe care l-ai cumpărat, atunci când va trebui să renunți la el?
- Are vreo legătură cu o rețea de trafic de persoane sau cu munca infantilă (prestată de copii)?
- Au fost folosite substanțe chimice dăunătoare pentru producerea lui?

Fii cinstit. Fără să te simți vinovat, ai luat cu adevărat în considerare măcar vreunul dintre aceste aspecte înainte să cumperi cel mai recent articol vestimentar?

Moda scăpată de sub control

Industria modei este responsabilă pentru mai mult de 10% din emisiile de carbon, la nivel global, și rămâne al doilea cel mai mare poluator de pe planetă, după petrol și gaze. Da, există dispute cu privire la cât de exacte sunt aceste statistici, dar – ca să punem lucrurile în perspectivă – în fiecare zi ne îmbrăcăm și în fiecare zi mâncăm. La fel ca și industria alimentară, moda este o industrie esențială pentru fiecare om. Și implică o decizie la nivel emoțional.

Încă de la început, industria modei nu a fost reglementată. De prea multă vreme, producătorii din industria modei și

brandurile tuturor produselor specifice din lanțul de aprovizionare au încălcat drepturile omului și au făcut rău planetei. Ca să punem lucrurile în context, această industrie distruge râuri și surse de apă dulce; 85% din poluarea cu plastic din oceane provine de la microfibrele din care sunt făcute hainele sintetice. Iar acestea sufocă speciile de animale marine.

Moda este una dintre industriile care se bazează cel mai mult pe forța de muncă și are ca angajați direcți peste 60 de milioane de oameni. Dar de-a lungul lanțului de aprovizionare, industria asuprește milioane de fermieri și de lucrători din fabricile de textile, obligându-i la o formă modernă de sclavie, pur și simplu pentru că moda rapidă pune profitul înaintea oamenilor.

Putem schimba felul în care funcționează moda acum?

Plăcerea de a cumpăra, tentația pe care o simțim când trecem pe strada principală, reclamele nesfârșite de pe rețelele sociale și apariția influencerilor, ca un fel de campanii ambulante pentru branduri – toate acestea ne intră în subconștient și ne alimentează dorința de a avea mai mult, mai mult, mai mult.

Britanicii cumpără mai multe haine noi decât oamenii din orice altă țară europeană, iar haine ieftine se găsesc din belșug. Mulți dintre noi sunt sclavii schimbărilor modei și, pe măsură ce strângem haine noi, ne debarasăm de cele vechi într-un ritm șocant. Cantitatea de haine și deșeuri textile pe care o producem în prezent, la nivel global, este de milioane de tone toxice și se iau mult prea puține măsuri, de-a lungul lanțului de aprovizionare, pentru a preveni magnitudinea poluării din cauza modei.

Într-o lume din ce în ce mai motivată de profit, moda și sustenabilitatea sunt un paradox? Cum arată, cu adevărat, viitorul modei? Acesta este un subiect care apare în multe conversații; multe summituri sunt organizate de oameni din interiorul acestei industrii pentru a discuta cum și încotro trebuie să se îndrepte moda. Cuvântul incompatibil este „consum". Cum poate industria modei, construită pe creștere, să reacționeze la faptul că acasă deja avem haine în exces? Cât de departe și cât de mult sunt dispuse brandurile să meargă, pentru a face din modă o industrie corectă cu omul și planeta? Cât de mult suntem noi, consumatorii, dispuși să le arătăm brandurilor că vrem sustenabilitate?

Când mergem la cumpărături, s-ar putea să uităm de lucrurile în care credem

Cercetările și studiile arată că oamenii devin din ce în ce mai preocupați de efectul pe care îl au hainele pe care le aleg, dar datele arată că milenialii prioritizează orice altceva înaintea sustenabilității. De exemplu, simplitatea procesului de cumpărare, prețul, unicitatea și numele de brand. Cu toate acestea, există o discrepanță între hainele pe care le vor consumatorii și cele pe care le cumpără. Site-ul *Entry Level Activist* (Activist Începător) a aplicat teoria „disonanței cognitive" în lumea modei. Disonanța cognitivă reprezintă disconfortul pe care îl resimte o persoană care are două sau mai multe gânduri, idei, valori contradictorii. Dacă tu crezi că moda neetică este ceva greșit, dar cumperi haine de la branduri neetice, vorbim despre disonanță cognitivă. Când ne comportăm într-un mod care ne contrazice convingerile – despre mediu, societate, economie, politică –, noi, consumatorii, începem să simțim disconfort

psihic și stres. Aceste sentimente pot fi intensificate când realizăm că, de fapt, am putea acționa conform convingerilor noastre, dar este dificil să ne armonizăm acțiunile individuale cu sistemul în care trăim.[1]

În cele din urmă, sistemul modei este un produs al sistemului economic global, care se bazează pe creștere continuă. Consumul se află în centru, iar ideea de a le cere consumatorilor să intervină în cadrul sistemului este o solicitare foarte abstractă. Industria are nevoie de o schimbare de sistem, iar industria modei ca întreg trebuie să-și asume responsabilitatea pentru că ne-a creat o obsesie periculoasă pentru moda rapidă. Explorând moda, întâlnești multe suprapuneri între problemele economice, de mediu și justiție socială. Poate că acest capitol are mai multe întrebări decât răspunsuri, dar ține minte că nu este vorba doar să salvezi planeta, ci să-i salvezi și pe oamenii care ne fac hainele.

Moda: date concrete

- Optzeci de miliarde de articole vestimentare sunt produse și vândute anual, la nivel global. Asta înseamnă cu 400% mai mult decât cu douăzeci de ani în urmă.[2]
- Industria modei este responsabilă pentru mai mult de 10% din emisiile de carbon la nivel global și rămâne a doua cea mai mare sursă industrială de poluare, după cea petrolieră.[3]
- Aproape 70 de milioane de barili de petrol sunt folosiți anual pentru producerea de fibră de poliester, cea mai des folosită fibră pentru hainele pe care le purtăm, fibră ce are nevoie de sute de ani ca să se descompună.[4]

- Un studiu realizat de Fundația *Ellen MacArthur* a descoperit că în fiecare secundă este aruncat la gunoi echivalentul unui camion de textile.
- 85% din poluarea cu plastic din oceane provine de la microfibrele hainelor sintetice, o amenințare pentru viața marină, poluare care ajunge și în lanțul nostru alimentar.
- Peste 65 de milioane de copaci sunt tăiați în fiecare an și transformați în materiale precum mătasea artificială, vâscoza, modal-ul și lyocell-ul.
- Un sfert din substanțele chimice produse în lume sunt folosite în industria textilă.
- Pentru fabricarea unui singur tricou este nevoie de 2 700 de litri de apă – aceeași cantitate de apă pe care o bea o persoană obișnuită timp de 900 de zile.[5]
- Unul din șase oameni lucrează în industria modei.[6]

Moda rapidă

Termenul actual „modă rapidă" este folosit de comercianții de modă ca să exprime faptul că noile proiecte ajung repede de pe catwalk (podiumurile de prezentare) în tendințele actuale ale modei.[7]

Să fim serioși. Moda rapidă ne distorsionează complet simțul valorii. O cafea în Londra te poate costa lejer 3,40 lire – vorbim despre o băutură cu cafeină pe care probabil o vei consuma în mai puțin de 30 de minute.

Poți cumpăra un tricou de la un magazin de pe strada principală cu 1,5 lire. Un tricou pentru a cărui fabricare au fost folosiți 2 700 de litri de apă, care a fost atins de aproximativ 55 de oameni de-a lungul lanțului de aprovizionare (de la culegerea

bumbacului, până la coaserea lui), un tricou care a călătorit de pe partea cealaltă a lumii, lăsând în urmă o amprentă de carbon uriașă, ca să ajungă la tine. Atunci, cum este posibil ca o cafea să fie mai scumpă decât un tricou?

În trecut, hainele erau ceva practic. Ceva ce valorizam, ce era lăsat moștenire de la o generație la alta, era reparat când se strica și era aruncat numai când nu mai putea fi recondiționat. Când vorbim despre modă din perspectiva sustenabilității, tindem să regretăm generația părinților și felul în care mergeau lucrurile odinioară: hainele treceau de la un membru al familiei la altul, le reparam până se toceau. Dar, ca să fim cinstiți, folosirea argumentului unei generații diferite ca exemplu de sustenabilitate nu este o abordare realistă pentru secolul 20. Înainte, oamenii pur și simplu nu aveau atât de multe haine, mai ales când erau tineri – în mare parte pentru că nu și le permiteau. În prezent am ajuns la cealaltă extremă. Prețul este cheia și reprezintă unul dintre principalele motive pentru situația în care ne aflăm acum: dacă hainele sunt ieftine și accesibile, vor fi cumpărate. Dar nu mai este ceva atât de atrăgător când ai mii de comercianți stradali și online care fac bani de pe urma acestei culturi de unică folosință pe care am creat-o. Sistemul modei favorizează consumul, încurajează un anumit stil de viață și anumite oportunități.

Viața scurtă a hainelor din ziua de azi

Îmbrăcămintea modei rapide tinde să fie purtată de mai puțin de cinci ori, apoi este păstrată 35 de zile înainte să fie aruncată. Mulți tineri britanici consideră că o haină pe care au purtat-o doar o dată sau de două ori este „veche". Companiile care produc modă rapidă confecționează intenționat haine care se uzează

repede. Urmează o strategie numită „uzură planificată". Asta înseamnă că realizează hainele astfel încât să devină demodate, să se uzeze, să-şi piardă forma sau să se rupă uşor, ca să forţeze consumatorul să cumpere continuu haine noi. Ştim asta pentru că pe vremuri existau doar două sezoane de modă: primăvară/vară şi toamnă/iarnă. Odată ajunşi în 2014, şi mai departe, industria modei amestecă până la 52 de microsezoane într-un an. Aceste colecţii sunt atât de ieftine încât îi permit consumatorului să se simtă bogat pentru că poate cumpăra atât de mult.

Povestea ascunsă a modei

Producţia şi consumul de modă rapidă nu rămâne fără consecinţe. Mişcarea modei rapide şi cele 80 de miliarde de noi articole vestimentare create în fiecare an poluează planeta într-un ritm fără precedent şi împiedică milioane de oameni, mai ales din ţările în curs de dezvoltare, să câştige un salariu cinstit şi să aibă un trai decent.

Ţările vestice se află în general departe de locurile în care sunt confecţionate hainele. Peste 75% din exporturile de haine şi 50% din exporturile de textile din lume sunt produse în ţările în curs de dezvoltare.[8] Realitatea impactului asupra mediului este îndepărtată de privirile celor ca noi şi dezvoltă o ruptură între responsabilitatea propriului consum şi deşeurile pe care le producem.

Adesea, suntem orbi în faţa celor peste 92 de milioane de tone de deşeuri solide care ajung la gropile de gunoi în fiecare an. Din cauza materialelor textile uzate pe care le aruncăm, sau a milioanelor de haine pe care le trimitem la groapa de gunoi unde sunt arse, risipim resurse valoroase: cele 1,2 miliarde de tone de CO_2 emise anual din cauza modei; ca să nu mai vorbim

de apele poluate și atelierele în care muncitorii (inclusiv copiii) sunt angajați să facă o muncă grea în condiții precare și pe salarii extrem de mici.

Să nu crezi nici că doar brandurile de stradă iau parte la menținerea condițiilor de muncă neetice și a acestor practici de mediu îngrozitoare. Moda rapidă este doar un țap ispășitor; este binecunoscut faptul că brandurile de lux folosesc practici mai rele decât cele de rând. O mulțime de designeri din lumea modei de lux își pun etichetele pe haine realizate ieftîn în lumea a treia.

În acest fel, moda ultimilor zeci de ani a provocat un mare rău, de la degradarea mediului, până la încălcarea drepturilor omului.

Creșterea cumpărăturilor făcute online

Nimeni nu s-a gândit vreodată că brandurile de stradă ar putea fi vreodată în pericol, dar, ca urmare a creșterii accesului la internet, tot mai multe magazine fizice se închid și tot mai mulți dintre noi cumpără cu un simplu clic.

Această trecere de la cumpărarea fizică la cea online putea fi o șansă pentru branduri să facă ce trebuie și să ia în calcul sustenabilitatea, însă din nefericire nu s-a întâmplat așa. În schimb, a făcut posibil ca retailerii online să recreeze rochia bodycon (adică mulată) purtată de un influencer cu doar o zi în urmă și să o vândă pe internet doritorilor. Am ajuns într-un moment în care atât industria cât și noi, consumatorii, recunoaștem că lucrurile trebuie să se schimbe, așa că hai să cercetăm mai departe această industrie.

MATERIALELE TEXTILE CELE MAI DES FOLOSITE ÎN MODĂ

Poliesterul este fibra cea mai folosită pentru realizarea hainelor noastre și este, în esență, *plastic*. Poliesterul este numele prescurtat al unui polimer sintetic, creat de om, care de obicei este numit polietilenă tereftalată (PET). El este obținut prin amestecarea etilenglicolului cu acidul tereftalic[9] – o formă brută de petrol. Conform unui studiu realizat de *Forbes*, 70 de milioane de barili de petrol sunt folosiți anual pentru a aproviziona lumea cu fibră de poliester – un material care are nevoie de mai mult de 200 de ani ca să se descompună.[10]

Bumbacul. 90% din bumbacul folosit acum este modificat genetic (GM) și este cel mai mare consumator de pesticid din lume, ceea ce înseamnă utilizarea unor cantități mari de apă. Impactul acestor chimicale (ierbicide, insecticide, fungicide etc.) asupra solului și a sănătății umane este în mare parte nestudiat, dar ele sunt periculoase pentru cei care lucrează în industria respectivă. Substanțele chimice din bumbacul modificat genetic trec prin piele în sânge, așa că oamenii care lucrează în industria bumbacului riscă expunerea la substanțe chimice. Același lucru li se întâmplă și celor care poartă haine făcute din acest tip de bumbac. Ca să eviți acest lucru, încearcă să cauți și să cumperi bumbac organic, oricând este posibil.

Pielea a fost foarte populară încă din anul 3 000 î.H., dar pielea nu este de fapt un derivat al producției de alimente și nu este un lux. Potrivit unor designeri precum Stella McCartney, care nu folosesc produse animale, pielea este corelată cu o varietate de amenințări asupra mediului și sănătății umane. Suprafețele de teren de pășunat și cantitățile de apă și combustibili fosili

folosiți pentru creșterea animalelor și pentru producția de piele sunt un cost uriaș pentru planetă. Pe lângă creșterea animalelor necesare, procesul de argăsire este printre cele mai toxice din întregul lanț de aprovizionare al modei. Muncitorii sunt expuși la substanțe chimice dăunătoare, în timp ce deșeurile rezultate pot polua sursele naturale de apă, ducând la creșterea numărului de bolnavi de cancer în zonele înconjurătoare.[11]

Și atunci care sunt alternativele, o să întrebi? Nu este OK să fii crud cu animalele, dar și pielea sintetică are un impact semnificativ asupra mediului. Atât compușii din poliuretan, cât și cei din policlorura de vinil trebuie să treacă prin procese chimice care să-i facă suficient de flexibili și să imite pielea. Asta presupune solvenți toxici, obținuți din combustibili fosili, despre care știm că fie au nevoie de sute de ani pentru a se descompune, fie eliberează o tonă de chimicale dăunătoare dacă sunt arse la gropile de gunoi. Aceste variante nu au oprit brandurile să afirme sus și tare că oferă „alternative sustenabile pentru piele", în ciuda dezavantajelor pe care le-am prezentat.

Așadar, în ultimă instanță, alegerea îți aparține ție, consumatorul. Este mai bine să cumperi piele adevărată (pentru că o să ai mai multă grijă de un astfel de articol lucrat de mână și poate chiar o să-l dai mai departe cuiva), în loc să cumperi o variantă ieftină, de 5 lire, din piele artificială? În ambele cazuri, faci un compromis. În prezent, designerii se orientează către alternativele crescute în laborator, cum ar fi pielea vegetală din ananas, ciuperci și altele, dar cercetarea este atât de la început încât este greu să fie măsurabilă. Așa că, deocamdată, cea mai bună variantă este să folosești ceea ce există deja, rezerve sau produse derivate de la industria cărnii, și să te asiguri că nimic nu se risipește (branduri precum Gabriela Hearst sunt exemple bune de minimizare a risipei).

Lâna este o fibră tradițională, dar reprezintă un segment mic și în scădere din piața textilă, în jur de 1%. Aproximativ două miliarde de kilograme de lână neprelucrată pe an sunt produse la nivel global de un total de 1,2 miliarde de oi. Fiecare oaie produce cam 4,5 kilograme de lână pe an. Asta înseamnă, în mare, un pulover de lână pe an, de persoană, pentru fiecare om de pe planetă. Alte tipuri de lână sunt caşmirul și mohairul, care provin de la capre, și alpacaua, un material lânos similar. Cu toate acestea, lâna este un alt material controversat. Ca urmare a descreșterii cererii de lână și a creșterii folosirii fibrelor sintetice, în anii 1970 cercetarea pentru o tehnologie a lânii care ar fi putut să o facă mai ușor de spălat și chiar rezistentă la uscare artificială a dus la producția de lână tratată în băi de acid și la alte procese și mai toxice.

Adepții spun că lâna este o fibră total naturală, regenerabilă și tinde să fie spălată mai puțin frecvent decât alte materiale, și în plus izolează mai bine. Cu toate acestea, lâna vine de la oi, iar organizațiile care protejează animalele și cetățenii preocupați de subiect sunt decișisă apere bunăstarea animalelor în acest proces, pe care îl numesc „lovirea și călcarea" oilor. În al doilea rând, unii activiști de mediu au semnalat că folosirea oilor pentru lână contribuie la schimbarea climatică deoarece pun în pericol terenul, aerul și sursele de apă.

Mătasea. Timp de sute de ani, mătasea a fost esențială pentru o mulțime de articole de modă și este adesea asociată cu luxul. Acest fir delicat este folosit din timpuri străvechi. Mătasea este o fibră naturală, obținută din firele viermilor de mătase, care poate fi țesută ca material textil.

Este o resursă cu potențial mare de regenerare și este biodegradabilă atunci când își încheie ciclul de viață. Dar de când mătasea a devenit comercială, viermii de mătase care pe

vremuri se hrăneau doar cu frunze de dud, acum au nevoie de pesticide și fertilizatori ca să crească. Producerea unei cantități mici de mătase cere resurse vaste, iar procesul de producție poate fi foarte laborios. Există și un element de cruzime în majoritatea proceselor de obținere a mătăsii, pentru că viermii sunt fierți de vii în gogoșile lor. Dacă cumperi mătase de la un brand cunoscut, probabil că vine de la o fabrică din China. Dar există și o „mătase obținută fără violență", un sortiment care permite moliei să eclozeze înainte de a se recolta gogoașa și care este fabricată după cele mai stricte standarde sociale și de mediu, mai ales în India. Mătasea este o fibră frumoasă și, dacă o întreții bine, va dura mulți ani. Înlocuitorii ei sunt poliesterul și vâscoza.

Microfibrele

Am vorbit despre microplastice în capitolul anterior, dar microfibrele din hainele noastre sunt cele mai răspândite și conduc la distrugerea mediului înconjurător.

După cum am văzut, în ziua de azi materialele cel mai des folosite pentru haine sunt poliesterul sau nailonul, ceea ce în esență înseamnă plastic. Hainele noastre sunt fabricate din fibre micuțe de plastic, atât de subțiri că sunt practic invizibile cu ochiul liber, iar acestea se împrăștie de fiecare dată când purtăm, spălăm sau aruncăm o haină. O singură încărcătură de mașină de spălat poate elibera 700 000 de fibre în apa folosită, conform cercetătorilor de la Universitatea din Plymouth.

Microfibrele ajung în cele din urmă în oceanele noastre, prin apa uzată eliminată de mașinile de spălat. Aici, sunt confundate cu mâncarea de vietățile aflate la capătul de jos al lanțului trofic,

de exemplu planctonul. Microfibrele sunt mâncate de către plancton, care apoi este mâncat de peşti mici şi apoi de peştii mai mari, şi aşa intră în lanţul trofic şi ajung la peşti şi mai mari şi, în cele din urmă, în corpurile noastre, dacă mâncăm peşte. Deşi o mare parte din plastic este găsită în intestinele peştilor, şi astfel este înlăturată înainte de gătire, unele studii au demonstrat că microplasticele, în special cele la nanoscală, trec din intestine în carne (iar noi mâncăm întregi unele crustacee şi peşti mici). În 2011, în râul Clyde din Scoţia, s-a descoperit că 83% dintre creveţii din golful Dublin, ale căror cozi sunt folosite pentru scampi (adică langustine prăjite), ingeraseră microplastice; şi la fel făcuseră 63% dintre creveţii de nisip testaţi de partea cealaltă a Canalului şi pe partea sudică a Mării Nordului.

Pentru a preveni ca microfibrele să mai ajungă în oceane, poţi să cumperi sacoşe Guppy. Acestea sunt sacoşe asemănătoare cu o sită în care îţi pui hainele înainte de a le băga în maşina de spălat. Sacoşa prinde miile de microfibre în timp ce îţi speli hainele şi îţi permite să le arunci apoi, responsabil, la gunoi.

„Mă frustrează că 90% din problemele de mediu menţionate în legătură cu moda sunt marketing."

Stella McCartney

Se schimbă industria modei?

Zeci de ani am văzut cum aceleaşi branduri domină piaţa modei şi la fel de mult timp reprezentanţii lor au vorbit despre o „dorinţă" de schimbare, de colaborări mai bune, folosind în acelaşi timp cuvântul „eco" ca pe o minunată oportunitate de PR. Dar

sustenabilitatea se află pe agenda publică globală de atât de mult timp, încât ritmul în care industria modei este dispusă să ajute oamenii și planeta este pur și simplu insuficient. Industria modei are nevoie de lideri responsabili, care să mobilizeze sistemul să schimbe felul în care produce, marketează și consumă modă. Trebuie să-și asume responsabilitatea experții în sustenabilitate, decidenții din lumea modei, directorii de multinaționale și influencerii. Ei trebuie să dea dovadă de inventivitate și să facă lumea un loc mai bun.

La nivel individual, companiile mai mari sunt în general pro-active și deschise la ideea de sustenabilitate, dar luate împreună lucrurile nu stau deloc bine. Sectorul privat nu este obișnuit să colaboreze, deoarece instinctul firesc al pieței este către competiție; cu toate acestea nu este în regulă ca numai câteva branduri mari să deschidă calea către lanțuri de aprovizionare mai etice, sau ca numai brandurile mici, aflate la început de drum, să facă lucrurile așa cum trebuie. Lupta pentru sustenabilitate trebuie să însemne colaborare la nivelul întregii industrii. Iar industria modei are nevoie de informație colectivă, fără ca ea să tulbure economia mondială.

Brandurile au puterea de a genera schimbări pozitive prin cercetarea și dezvoltarea unor materiale noi, prin sisteme și servicii care implică un proces de producție mai responsabil. Dacă privim sustenabilitatea din perspectiva unui designer, cei care creează sunt cei care hotărăsc ce este la modă. Designerii fac produse nemaipomenite, așa că hai să abordăm termenul „sustenabil" chiar de la început, astfel încât să nu mai fie o excepție, ci să devină normalitate în design. Oferta poate fi declanșatorul cererii, dacă se schimbă sistemul.

Ca răspuns la pasiunea generațiilor mai tinere pentru cauze sociale și de mediu, brandurile au devenit mai atente la aceste

subiecte, pentru a-și atrage consumatorii. De la lansarea unor campanii de conștientizare și a garderobelor de bază (garderobe capsulă), brandurile mai mari recunosc nevoia de schimbare, dar cât de mult sunt dispuse să o implementeze?

Spălarea verde – falsul activism de mediu

Spălarea verde înseamnă să faci o afirmație nefondată sau înșelătoare despre beneficiile de mediu ale unui produs. În lumea modei, spălarea verde a devenit o practică comună, cu PR înșelător și marketing care face aflrmații nefondate despre beneficiile asupra mediului pe care le-ar avea unele haine și accesorii. Totul doar ca să creeze impresia că acele branduri sunt prietenoase cu mediul. Există o mulțime de companii care exagerează beneficiile etice și de mediu ale unor noi colecții de haine și accesorii. Doar pentru că o firmă își îmbunătățește „recomandările" cu privire la sustenabilitate nu înseamnă că a și implementat vreo schimbare în sistemul său. Detaliile despre cât de transparente sunt aceste branduri reprezintă cheia – nu este destul să spună că „sunt conștiente". Dacă brandul nu spune clar care este sursa materialelor pe care le folosește, cum lucrează cu muncitorii săi sau cum se achită de alte îndatoriri sociale, atunci este foarte probabil ca ceva sau cineva să fi fost exploatat pentru realizarea produselor sale. Fii curios și, din poziția de consumator, fă o cercetare.

Consecințele spălării verzi sunt nu numai dezinformarea consumatorilor cu privire la ceea ce cumpără, ci și crearea unor condiții de piață necinstite față de brandurile care investesc într-un proces de producție responsabil și transparent. Acestea sunt de obicei branduri mici, care acceptă provocările actuale și își asumă, bineînțeles, costuri mai mari în numele eticii.

Demontarea unui mit: hainele făcute din plastic reciclat sunt un lucru bun pentru mediu

Observăm o creştere bruscă a numărului de haine realizate din plastic reciclat, cum ar fi echipamentul sportiv sau echipamentele pentru înot. Este uimitor să vezi că brandurile au inițiativă, dar este important să priveşti şi cealaltă parte a poveştii. Când vorbim despre amenințarea invizibilă a spălării microplasticelor în mări şi felul în care afectează ele lanțul alimentar, aşa cum am explicat mai sus, plasticul reciclat contribuie în continuare la această problemă, nu o reduce.

Hainele realizate din plastic reciclat doar umplu un gol, nu rezolvă problema. Deşi reciclarea plasticului sub formă de haine este un efort bun în promovarea economiei circulare, nu este în niciun caz o soluție. De fapt, ar trebui să ne întrebăm cum am putea elimina complet nevoia de plastic în cazul hainelor.

Materiale textile noi pentru un nou ideal

Materialele textile sustenabile pot fi definite drept acele materiale care nu epuizează resursele regenerabile şi, datorită ştiinței şi tehnologiei moderne, există în lume designeri care dezvoltă materiale ce nu poluează mediul nici în timpul, nici după procesul de fabricare. Iată câteva alternative viabile la normele industriei modei, alternative care au nevoie de puțin ajutor ca să devină ceva obişnuit.

Țesătura din ananas

Firma londoneză Ananas Anam a dezvoltat o alternativă vegană pentru piele, obținută din frunze de ananas, cunoscută drept Pinatex. Frunzele de ananas folosite sunt rezultate din recoltarea ananasului în Filipine și sunt procesate printr-o metodă numită „decorticare", o metodă care în esență extrage fibrele folositoare din frunze. Fibrele trec apoi printr-un proces industrial ca să devină fibre textile nețesute, rezistente, dar moi și flexibile.

Ca un adaos la valorile de mediu fundamentale ale Pinatexului, ce rămâne în urma procesului de producție este biomasă, transformată apoi în îngrășământ organic sau bio-gaz folosit de comunitățile de fermieri. Astfel, ciclul producerii materialului se închide și este promovată sustenabilitatea economică și socială a satelor din zonă.

Fibrele din zaț de cafea

Cei mai mulți băutori de cafea și marile lanțuri de cafenele pur și simplu aruncă zațul rezultat de la cafeaua de dimineață. Dar o firmă de textile din Taiwan a descoperit că zațul de cafea conține un material brut important, din care se poate face fibră de cafea. Printr-o tehnologie folosită în mod normal pentru transformarea bambusului în vâscoză, zațul de cafea combinat cu o cantitate mică de polimeri poate fi tras în fire din care se pot face o mulțime de produse, de la haine de stradă, la lucruri pentru casă. Țesătura de cafea se usucă repede și ține departe mirosurile neplăcute.

Chitosanul sau fibra din chitină (în esență, cochilii de crustacee)

Proiectat de fabrici din Germania, probabil una dintre cele mai demne de reținut alternative, chitina se înrudește cu celuloza, dar este o substanță tare, semi-transparentă, care se găsește în învelișul cochiliilor de crustacee, cum sunt crabii și homarii. Aceasta este amestecată cu vâscoză pentru a obține materiale hipoalergenice și biodegradabile.

Pielea de somon

La capitolul ciudățenii intră și pielea de somon. Este un produs rezultat din procesarea peștelui, adică un material care altfel ar fi aruncat. Acest material este dur și rezistent și are un miros ce îți amintește de mare (nu te speria, nu miroase a pește, ci mai degrabă are un ușor miros de pământ). Pielea de somon este perfectă pentru pantofi și accesorii.

Ce anume ne va face să ne schimbăm?

Există o diferență mare între ceea ce spun consumatorii și modul în care se comportă. Consumatorii *spun* că vor mai multe haine sustenabile, dar continuă *să cumpere*, în mare parte, modă rapidă, neetică. Dacă sustenabilitatea chiar este pe val, cea mai grea întrebare este de ce nu cumpără oamenii haine produse în acord cu principiile morale?

Un răspuns ar fi lipsa accesibilității lor. Consumatorii care vor mai multe bunuri sustenabile constată că acestea nu se prea găsesc pe piață. În plus, banii și prețul acestor haine este adesea un factor hotărâtor pentru consumatori și le cam schimbă

oamenilor gândul de a face ceea ce trebuie. Întrebarea este dacă consumatorul nu vrea sau nu-şi permite să plătească mai mult pentru haine sustenabile. Din ce motiv optează pentru modă rapidă? Ideea potrivit căreia consumatorul ar trebui să plătească mai mult pentru produse sustenabile creează o situaţie fără ieşire pentru branduri, care consideră că acest consumator care a evoluat în ultimii zece ani este cel mai informat, dar că n-ar trebui să fie responsabilitatea lor să plătească mai mult de dragul eticii. Aşa cum a notat directorul de sustenabilitate de la Marks & Spencer, la Summitul pentru Modă Sustenabilă de la Copenhaga, din 2019: „Responsabilitatea rezolvării problemei ar trebui să fie a brandurilor care gestionează lanţul de producţie ascuns." Asta se va întâmpla numai când brandurile vor recunoaşte că s-au îmbogăţit de pe urma exploatării, dar se vor angaja să devină responsabile şi transparente de aici înainte.

Un alt aspect este dacă utilizatorii vor înţelege că vor face o investiţie mai bună, aproape că li s-ar putea garanta că vor investi în haine rezistente, de calitate, pe care le vor putea folosi mult mai mult timp, şi care vor avea un impact pozitiv asupra mediului. Provocarea este ca, în timp ce aşteptăm ca brandurile să facă din sustenabilitate o uzanţă, noi consumatorii să facem mai multe alegeri sustenabile. Dacă brandurile şi corporaţiile nu se vor mişca mai repede, trebuie să ne punem întrebarea: „Chiar le pasă?".

Numai tu poţi răspunde. Dar dacă îţi pasă, hai să începem a patra revoluţie, o combinaţie de tehnologii care schimbă modul în care trăim, muncim şi interacţionăm. Tema comună a tuturor revoluţiilor industriale de până acum a fost inventarea unei tehnologii care a schimbat fundamental societatea. Prima Revoluţie Industrială din Marea Britanie a fost declanşată de inventarea motorului cu aburi; a Doua a fost în mare caracterizată

de industriile de masă precum oțelul, petrolul și electricitatea; iar a Treia se spune că are loc în sfera digitală, ca rezultat al inventării computerelor personale și a internetului.

A Patra Revoluție este o oportunitate – susținută de tehnologie – să recunoaștem și să folosim noul ca să creăm o schimbare incluzivă. Poți să începi declanșarea celei de-a patra revoluții exercitându-ți puterea de vot, cheltuindu-ți banii și consumând cât mai conștient posibil.

Închirierea – sfârșitul proprietății?

Pentru mai multe categorii, consumatorii au arătat că doresc să schimbe obiceiul de a fi proprietari cu modalități mai noi de a folosi un produs. De când au apărut platformele de ride-sharing, cum este Uber, de închiriere a caselor, prin Airbnb, și Netflix, care a înlocuit magazinele video, a avut loc o schimbare fundamentală în comportamentul consumatorului, schimbare care ne așteptăm să aibă un efect simțitor (în viitorul apropiat) pentru afacerile cu haine. Platformele pentru închiriat haine fac trecerea către o economie a folosirii în comun a acestora. Închirierea încurajează, de asemenea, consumatorii să citească descrierile, să verifice mărimile și să-și facă mai atent cumpărăturile, în loc să favorizeze această cultură de tip „cumpără acum, returnează gratuit", care are o amprentă de carbon uriașă.

Închirierea hainelor a fost o afacere de nișă, folosită numai pentru îmbrăcămintea de ocazie. În prezent, serviciile de închiriere revoluționează lumea modei într-un fel nemaivăzut, cu scopul de a prelungi viața hainelor – în special pe a celor de lux. Una din șapte persoane consideră o greșeală de stil să fii fotografiat de două ori în aceeași ținută.

Această obișnuință trebuie însă să evolueze, pentru că în acest moment cererea depășește oferta și este mult mai ușor să închiriezi, dacă ești o persoană care poartă mărimi mici și trăiești într-un oraș mare, mai ales în Statele Unite și Europa. Dar în China, YCloset are o abordare diferită. Folosește un model de închiriere prin subscripții, care le oferă clienților acces la o mulțime de haine și accesorii incluse în tarif. Dacă un client decide că îi place o anumită haină, are și opțiunea să o cumpere. Indiferent care va fi modelul afacerii de închiriere în următorii zece ani, din punctul de vedere al sustenabilității se dovedește că nu are niciun rost să umplem gropile de gunoi în fiecare an cu haine aruncate.

„Viitorul modei stă în responsabilitate."

Wilson Oryema

Care este viitorul modei?

Cartea mea nu poate prezice exact ce se va întâmpla în viitor cu moda, dar iată câteva idei despre cum ar putea arăta direcția cea bună pentru brandurile care își doresc o industrie a modei mai sustenabilă:

- Asumarea responsabilității pentru întregul lanț de producție. Asta începe de la creșterea materiei prime din care se fac țesăturile, continuă cu producția materialului textil și, în cele din urmă, condiții de muncă mai bune pentru muncitorii care confecționează hainele, indiferent în ce colț de lume trăiesc ei.
- Folosirea indexului Higg: un instrument nou, creat de Coaliția pentru Îmbrăcăminte Sustenabilă și lansat pentru

a standardiza felul în care companiile de îmbrăcăminte pot măsura impactul pe care îl are lanțul lor de producție.

- Alegerea mai multor metode responsabile de producție, de la bumbac organic, crescut fără pesticide, la vopsirea țesăturilor și a pielii cu pigmenți vegetali, în loc de substanțe chimice toxice.
- Sistem de producție transparent pentru consumatori. Oferă cumpărătorilor acces la informație, astfel încât să poată urmări cum sunt produse hainele lor. Faptul că nu cunoaștem realitatea despre ce înseamnă producerea hainelor noastre este unul dintre motivele pentru care cumpărăm mai mult, întrucât nu ne gândim la această problemă.
- Comercianții online trebuie să fie mai atenți la ambalajele pe care le folosesc și la amprenta de carbon. Nu mai împacheta lucrurile în cutii supradimensionate, cu hârtie și resturi inutile. Regândește designul și mărimea ambalajului, precum și materialul din care este făcut. Există deja inovații incredibile, de la plicuri din trestie de zahăr, la cutii biodegradabile.
- Nu mai crea 52 de sezoane pe an. În locul lor, urmărește cele patru anotimpuri convenționale pe care omenirea le cunoaște dintotdeauna: toamnă, iarnă, primăvară și vară.
- Designerii pot da tonul a ceea ce este cool, proiectând mai multe articole care nu se demodează.
- Folosește în mod creativ stocurile rămase. Presa a dezvăluit că brandurile ard articole vestimentare noi – pentru Dumnezeu, nu arunca la gunoi hainele noi. În condițiile actuale de tensiuni politice și condiții nesigure pentru comerț, companiile ar trebui să caute noi oportunități de a-și vinde stocurile rămase în afara piețelor tradiționale din Regatul Unit și Europa.

- Brandurile care au profituri pot fi generoase cu societatea, pot susține organizații caritabile și inițiative de mediu.

Trecerea la practici mai sustenabile poate fi dureroasă, la început, dar, hei, nu vom mai avea nimic de cumpărat dacă nu vom mai avea o planetă!

Eroii modei

După ce am realizat care este rolul brandurilor de modă în protejarea și optimizarea resurselor finite ale planetei, observăm că există unii lideri în modă care își inspiră propriile companii să integreze sustenabilitatea în modelul lor de afaceri. În acest moment, există eroi ai modei care înțeleg că valorile și scopurile sociale trebuie incluse în etica companiei. La celălalt capăt al spectrului de valori se află companiile care decid să stea liniștite și să aștepte să vadă dacă se pot face afaceri în mod sustenabil, înainte să implementeze vreo schimbare progresistă. Această situație creează inegalități în defavoarea afacerilor care aleg să deschidă calea, dar cele care o fac atrag cei mai buni profesioniști din industrie și își creează un nou fel de relație cu clienții lor. Desigur, brandurile consacrate și designerii de succes pot, până la un punct, să taxeze pe măsură fiecare schimbare pe care o fac, datorită politicii lor obișnuite de preț, în timp ce brandurile dominante insistă că prețul scăzut, accesibil publicului larg, este ceea ce le dă un avantaj în competiție. Dar multe dintre aceste firme sunt corporații de milioane de lire, care ar putea foarte ușor să folosească o parte din profit ca să cerceteze ce se întâmplă de-a lungul procesului lor de producție, să asigure transparența și să înceapă să identifice următorii pași necesari pentru evoluția

către un mod de lucru mai sustenabil. Cu toate acestea, lucrurile se vor schimba numai atunci când consumatorii vor începe să pună presiune pe brandurile dominante, ca să se alinieze la felul în care evoluează lumea.

În cele din urmă, există start-up-uri curajoase, branduri care sunt sustenabile de la început, cum sunt VEJA, Reformation sau PANGAIA. Astfel de branduri s-au abținut să producă și să vândă până nu și-au pus la punct lanțul de producție.

Iată câțiva designeri reprezentativi, care au făcut un pas în față și conduc industria modei către un viitor mai verde:

Katharine Hamnett

Nimeni nu este mai experimentat și mai avizat să vorbească despre industria modei decât primul activist eco al acestui domeniu. După ce la început a avut un parcurs strălucitor în lumea modei, cu un brand care a fost cândva foarte comercial, Katharine Hamnett a avut la un moment dat o revelație referitoare la ceea ce este corect să facă. Abandonând fastul, a pornit într-o călătorie de zeci de ani ca să-și facă sustenabil nu doar propriul brand, ci și ca să revoluționeze întreaga industrie a modei și să o determine să devină mai responsabilă pentru acțiunile sale.

Stella McCartney

Vegetariană pe tot parcursul vieții și activist vocal pentru drepturile animalelor, Stella a hotărât chiar de când și-a creat propriul brand să nu folosească piele, blană sau pene în modelele sale. Din anii 1990, ea a lucrat cu mătase de păianjen, piele de ciupercă și plastic reciclat provenit din ocean și nu a făcut niciodată niciun compromis. Ea și brandul ei reprezintă modul în care vor arăta viitoarele companii sustenabile.

Sébastien Kopp și François-Ghislain Morillion

Cofondatori ai *VEJA*, acești doi oameni au luat cu asalt piața de încălțăminte sportivă. Aruncă o privire pe stradă și vei observa oameni încălțați în pantofi marcați cu un V de la VEJA. De ce? Cei doi au atins o coardă sensibilă a publicului, nu doar pentru că se concentrează pe transparență, responsabilitate pentru mediu, comerț cinstit și dreptate socială pe parcursul lanțului lor de producție, ci și pentru că pantofii lor au un design ingenios. Fiecare pas al procesului de producție este unic; de la cauciucul natural din Amazonia folosit pentru tălpi, la bumbacul organic provenit din comerț cinstit, sticle de plastic reciclate, piele de pește reciclată și materiale noi, realizate din resturi de porumb. Rezultatul este că au construit o afacere de milioane de dolari, care demonstrează că stilul și etica sunt o combinație de succes.

Livia Firth

Livia, împreună cu fratele ei Nicola Giuggioli, au fondat *Eco-Age*, o companie de consultanță cu sediul în Regatul Unit, care ajută brandurile să dezvolte lanțuri de producție etice și sustenabile.

S-a afirmat puternic ca activist de mediu și a convins nume mari din lumea celebrităților să i se alăture în provocarea Covorul Verde, încurajând starurile să poarte rochii eco la galele din toată lumea și aruncând o lumină puternică asupra adevăratelor costuri ale modei.

Vivienne Westwood

„Cumpără mai puțin, alege bine, fă-l să dureze" sunt cuvintele pentru care Vivienne Westwood a devenit faimoasă. De-a lungul carierei sale, designerul punk-rock a continuat să prezinte

colecții-protest, cu mesaje climatice puternice. Paradele ei seamănă cu o acțiune de protest, a colaborat cu Greenpeace în numeroase ocazii și a publicat „Fă-ți o viață: Jurnalele lui Vivienne Westwood", o carte în care discută despre soluțiile ei la problemele lumii. Vivienne este o adevărată vizionară.

Ce avem de învățat de la acești eroi ai modei este că nimic nu este niciodată perfect; pur și simplu trebuie să începem de undeva și să continuăm călătoria împreună.

Clima se schimbă – poți s-o faci și tu

În ceea ce privește produsele industriilor despre care vorbesc în această carte, banii tăi dețin puterea. Iată câteva lucruri pe care le poți face pentru a avea o garderobă mai sustenabilă:

Cea mai bună soluție este ca tu, consumatorul, să cumperi mai atent și să cumperi mai puțin.

Să cumperi mai atent înseamnă să fii conștient de lucrurile pe care le cumperi din momentul în care începi să-ți construiești garderoba de bază.

Alege lucruri de calitate, care nu se demodează, nu lucruri ieftine și la modă.

Cumpără de la designeri locali, oricând poți.

Moda vintage este dovada că o haină poate dura mulți ani, dacă a fost produsă cu grijă, din materiale de calitate. Și te vei bucura și de plăcerea unei afaceri bune.

Citește etichetele hainelor și, când este posibil, alege obiecte din materiale mai naturale, cu mai puține fibre sintetice. Preferă hainele realizate din materiale care nu sunt de origine animală. Caută alternative vegetale pentru piele, cum ar fi ananasul, ciupercile și algele.

Acceptă „Provocarea celor 30 de purtări", o mișcare globală inventată de Livia Firth, de la Eco-Age. Ideea este să îți pui întrebarea: „Voi purta măcar de 30 de ori această haină?". Dacă răspunsul este da, cumpăr-o. Dacă nu, nu cumpăra acel articol. Te va surprinde cât de des răspunsul va fi nu.

Spală-ți hainele mai rar. Bineînțeles, spală-ți lenjeria și toate hainele mulate care ar putea reține mirosurile corporale. Dar adevărul este că majoritatea hainelor nu trebuie spălate chiar de fiecare dată. Jeanșii, de exemplu: producătorii te sfătuiesc să nu-i speli după fiecare purtare.

Spală mai inteligent. Asigură-te că pornești mașina de spălat numai când este complet încărcată; nu trebuie să risipești atâția litri de apă pentru o singură haină. Spală la temperaturi reduse, preferabil la 30 de grade Celsius sau mai puțin. Nu uita să folosești sacoșa Guppy când speli, pentru a evita ca microfibrele să ajungă în canale și oceane.

Alege-ți atent materialele. Aproape toate hainele pe care le cumperi provin din patru surse: plante, copaci, animale, petrol (sau o combinație între ele). Ceea ce trebuie să cauți sunt țesăturile naturale, organice, precum bumbacul, cânepa, inul etc. Organic înseamnă mai puțină apă și mai puține pesticide folosite și condiții de producție mai sigure pentru muncitori.

Reciclează-ți hainele vechi. Mai puțin de 1% din haine ajunge să fie reciclat în ceva nou, așa că o alegere inteligentă în ceea ce privește reciclarea hainelor tale vechi poate face o mare diferență. Donează la magazinele de caritate locale, dar ține minte că hainele trebuie să fie curate și purtabile. Întreabă-te dacă ai cumpăra acea haină dacă ai vedea-o într-un magazin caritabil. Dacă răspunsul este nu, atunci trebuie să duci haina la reciclat, la centrul pe care ți-l pun la dispoziție autoritățile locale. Cel mai bine informează-te la consiliul local care sunt politicile adoptate.

Caută afaceri sau inițiative locale care promovează circularitatea, cum ar fi sisteme de returnare, soluții de reparare și reciclare, sau reutilizare creativă care dă o altă întrebuințare hainelor.

Schimbă obiceiul de a deține anumite modele și închiriază haine. Ai un eveniment special la care trebuie să participi sau te plictisești repede de garderoba ta? Începe să închiriezi. Închiriază-ți haine de pe site-uri cum sunt: Rent the Runway, HURR Collective, Front Row.

Nu te lăsa păcălit de brandurile dominante care se reped să adopte moda sustenabilității. S-ar putea să pară că spun tot ce trebuie ca să bifeze câteva aspecte, dar să ignore probleme-cheie și să nu aplice, de fapt, valori sustenabile. Cercetează și dacă o campanie arată suspect, există o mulțime de alte branduri sustenabile care lucrează împreună cu comunitățile locale și produc haine etice pe care le poți cumpăra.

Citește niște cărți care te vor face să detești moda rapidă:

- *Aș muri pentru: Este adevărat că Moda uzează Lumea?* de Lucy Siegle

- *Criza garderobei: Cum am ajuns de la hainele de duminică la moda rapidă* de Clare Press
- *Orașul modei: Prețul modei rapide și viitorul hainelor* de Dana Thomas

Continuă să te informezi și urmărește documentare de modă cum ar fi:

- *Prețul adevărat*
- *Stacey Dooley investighează: Secretele murdare ale modei*
- *RiverBlue*
- *Alex James: Încetinirea modei rapide*
- *Albastru de China*
- *Următorul Negru*

4

Fiecare bucățică de mâncare contează

„Cea mai mare șansă de a repara sistemul alimentar este ca oamenii să știe și să le pese de modul în care este produsă mâncarea lor."

Bruce Goldstein, Farmworker Justice

Devino vegan. Sfârșitul capitolului.

Veganismul este probabil ceea ce se așteaptă cei mai mulți dintre voi să susțin într-o astfel de carte. Aș vrea să subliniez că, din punct de vedere al bunăstării animalelor, să devii vegan este o opțiune corectă față de planetă. Restul argumentelor și cercetarea asupra sistemului nostru alimentar nu este legat doar de climă, ci și de oameni și economie, pentru că se întrepătrund și discuția este de fapt mult mai amplă. Pământul este un ecosistem extraordinar de complex și o soluție generalistă riscă să dea greș.

Mâncarea este una dintre cele mai importante industrii ale omenirii: fiecare ființă care trăiește pe planetă depinde de ea. Mâncarea este, de asemenea, o parte emoțională a vieților noastre:

brunch-ul de duminică, cina cu familia și prietenii, gătitul – toate sunt motive de socializare și sărbătoare. Toți împărtășim acest lucru care poate avea un impact semnificativ asupra schimbării climatice: hrana pe care o consumăm. Dar ceea ce consumăm a declanșat acum o criză globală a sănătății și a mediului. De ce? Pentru că producerea mâncării noastre și obiceiurile de consum au devenit declanșatori importanți pentru schimbarea climatică, problema apei, ocuparea terenurilor, pierderea biodiversității, eroziunea solului, despăduriri și epuizarea bazinelor de pescuit. A devenit evident că planeta nu ne poate susține obiceiurile de hrănire actuale și va trebui să facem rapid o schimbare fundamentală.

Ce fel de dietă ți s-ar potrivi?

Cei mai mulți activiști de mediu îți vor spune că unul dintre cele mai bune moduri prin care îți poți reduce amprenta de carbon și poți ajuta planeta este să devii vegan, dar s-ar putea ca asta să ți se pară dificil. Dacă ești tentat să sari peste acest capitol pentru că te enervează veganii (sau pur și simplu cuvântul în sine), nu te stresa, scopul nu este să te convertească. Da, voi discuta în detaliu despre veganism, iar din perspectiva drepturilor animalelor este bine să fii vegan. Există anumite costuri referitoare la pământul folosit pentru fermele de animale și emisiile lor incredibil de dăunătoare, dar este important să luăm în calcul faptul că milioane de oameni depind financiar de această industrie sau pur și simplu mănâncă carne pentru că așa este poziționarea lor geografică și nu prea au alternative. Nu este realist să te aștepți ca toată lumea să devină imediat vegană în numele protecției mediului, dar cum ar fi să devină vegetarieni?

Semi-vegetarieni? Consumatori de pește *(pescetarieni)*? Și lista poate continua. Dar ce înseamnă, de fapt?

DIFERITELE TIPURI DE DIETĂ INCLUD:

Omnivor. Persoană care mănâncă pește, carne, lactate și alimente vegetale.

Semi-vegetarian. Persoană care are o dietă în principal vegetariană, dar ocazional mănâncă pește sau carne.

„Pescetarian". Persoană care are o dietă bazată pe plante și pește, ce include și lactate, ouă, miere și alte produse de origine animală care nu presupun uciderea animalului.

Vegetarian. Persoană care are o dietă bazată pe plante, care include și lactate, ouă, miere și alte produse de origine animală ce nu presupun uciderea animalului.

Vegan. Persoană care are o dietă bazată pe plante, fără mâncăruri de origine animală (lactate, ouă, miere).

O imagine de ansamblu asupra mâncării

Tendințele vin și pleacă în funcție de ultima nebunie în domeniul sănătății și a afirmațiilor influencerilor, dar discuția despre climă și hrană depășește problema consumului de carne și a drepturilor animalelor.

Reconsiderarea dietei tale este unul dintre cele mai simple moduri în care poți ajuta planeta. În discuțiile despre hrană ar trebui să primeze stabilirea alimentelor consumate astfel încât să reducem efectul devastator asupra mediului, frecvența bolilor de nutriție și menținerea mijloacelor de trai.

Făcând mici ajustări în modul în care îți alegi mâncarea de zi cu zi, poți fi de ajutor în rezolvarea crizei climatice, începând de la ceea ce ai în farfurie și făcând să conteze fiecare îmbucătură. Din fericire, acest capitol este una dintre cele mai optimiste părți ale cărții, întrucât sectorul alimentar reușește – mai mult decât alte industrii – să facă produsele organice locale mai de dorit și să le atașeze un mesaj despre grija pentru propria persoană.

Ca să-ți evaluezi relația cu mâncarea, ia în considerare următoarele două întrebări de bază:

1. Știi de unde provine mâncarea ta (nu mă refer la raftul magazinului)?
2. Înțelegi ce impact au asupra mediului mâncarea și băutura ta?

Alimente: date concrete

- Este nevoie, în medie, de 272 de litri de apă ca să produci un singur avocado.
- 24 de milioane de felii de pâine sunt aruncate la gunoi în fiecare zi în Regatul Unit.
- Este înspăimântător câți dovleci sunt risipiți cu ocazia Halloween-ului, în Regatul Unit. În jur de 18 000 de tone de dovleac sunt aruncate la gunoi de oameni: echivalentul a 360 de milioane de porții de plăcintă cu dovleac.
- Aproape 80% din terenul agricol al lumii este folosit pentru creșterea animalelor.
- Creșterea animalelor este responsabilă pentru 18% din emisiile de gaze de seră la nivel global, conform Organizației pentru Alimentație și Agricultură a ONU.
- Dacă risipa alimentară ar fi o țară, ar fi al treilea cel mai mare poluator cu gaze de seră, după China și Statele Unite.

- Mai mult de o treime din toată mâncarea produsă este aruncată, iar valoarea anuală a acesteia este de aproximativ un trilion de dolari.
- Lumea pierde mâncare în valoare de 400 de miliarde de dolari înainte ca aceasta să ajungă în magazine, din cauza lipsei infrastructurii frigorifice, a rutelor de transport și a multor altor factori ineficienți de pe parcursul rețelei de aprovizionare.
- O suprafață mai mare decât China este folosită zilnic pentru a cultiva hrană care nu va fi niciodată mâncată. Este nevoie de 25% din rezerva de apă dulce a planetei pentru a cultiva alimentele pe care nu le folosim.
- În jur de 80% dintre cei mai săraci oameni din lume trăiesc în zone rurale, câștigându-și existența (în mare parte) din agricultură. Agricultura este unul dintre cele mai puternice instrumente de creștere a veniturilor și de scoatere a oamenilor, în special a femeilor, din sărăcie.
- Există peste 821 de milioane de oameni care sunt flămânzi în fiecare zi. Unul din nouă merge la culcare cu stomacul gol. Unul din trei suferă de malnutriție. Într-o lume în care producem suficiente alimente ca să hrănim pe toată lumea, eradicarea foametei este una dintre cele mai mari provocări ale vremurilor noastre. I-am putea hrăni pe toți cu mai puțin de un sfert din mâncarea care este risipită în Statele Unite, Regatul Unit și restul Europei.[1]

„O dietă vegană este probabil singurul mod de a-ți reduce impactul asupra Pământului și nu este vorba doar de gazele de seră, ci și de acidifierea globală, eutrofizare, folosirea terenului și a apei."

Joseph Poore

Veganismul

Hai să vorbim despre acest cuvânt la modă: „veganism". Mesajul unic al tuturor cercetărilor despre hrană este că mai multe dovezi ştiinţifice arată că dieta noastră este unul dintre cele mai uşoare moduri prin care putem influenţa în mod cert schimbările climatice. Adoptând o dietă bazată mai mult pe plante, tu (ca individ) poţi reduce dramatic emisiile de gaze de seră, uzarea apei şi poţi influenţa o multitudine de alţi factori de mediu esenţiali. Aşa că, hai să vedem ce înseamnă o dietă vestică tipică şi care este efectul ei asupra mediului.

Începând din secolul 20 şi până acum, producătorii au realizat că pot creşte găini, porci şi, recent, vite, în interior, hrănindu-le cu cereale şi făcându-le să se îngraşe mai repede. Creşterea animalelor a avut consecinţe îngrozitoare asupra mediului. Industria nu doar că a crescut nivelul de suferinţă a animalelor, îndepărtându-se de metodele tradiţionale ale fermierilor, ci a crescut şi dependenţa de resursele naturale.

Producţia cărnii la scară industrială este foarte ineficientă, deoarece creşterea animalelor pentru consum presupune o suprafaţă mare de teren, hrană, energie şi apă. Este greu să separi statisticile şi măsurătorile care se referă la impactul agriculturii, fără să distingi între teren arabil şi fermă, sau între crescătorie industrială şi ferme mici. Dar oricum ar fi, cifrele referitoare la impactul pe care îl au asupra mediului metodele actuale de creştere a animalelor sunt cu adevărat îngrozitoare. De exemplu, ca să produci un kilogram de carne de vită este nevoie de 25 de kilograme de cereale pentru a hrăni animalul şi aproximativ 15 000 de litri de apă. Dacă toate cerealele folosite pentru animale ar fi folosite ca să hrănim oamenii, am putea da de mâncare la încă 3,5 miliarde de persoane.[2]

Nicăieri impactul emisiilor estimate asupra mediului nu este atât de grav ca în cazul fermelor de animale. Raportul ONU arată că acestea sunt responsabile pentru 18% din emisiile de gaze de seră provocate de om, provenite atât de la animale, cât și de la bălegarul pe care-l produc. Ca să punem lucrurile în context, este, în mare, echivalentul emisiilor fiecărei mașini, al fiecărui tren, vapor sau avion de pe planetă.

Vacile sunt principala problemă; ele eliberează metan prin „scăpările" lor – adică gaze și râgâituri – și prin bălegar. Metanul este de cel puțin 28 de ori mai distrugător decât dioxidul de carbon, când vorbim despre încălzirea atmosferei.[3] Deși există dovezi semnificative că emisiile ridicate, mai ales de CO_2 și metan, sunt asociate producției de carne, în Vest, oamenii încă iubesc carnea, iar în timp carnea s-a transformat din hrană de lux într-un produs pe care îl mâncăm de trei ori pe zi: la micul dejun, prânz și cină.

Dimensiunea problemei poate fi observată și dacă ne uităm la cât teren trebuie folosit: 30% din solul planetei este întrebuințat pentru creșterea animalelor. Ca să obținem această suprafață mare de teren necesar pentru creșterea animalelor, a fost nevoie de despăduriri, acapararea ilegală a terenurilor și pierderea biodiversității, deoarece am avut nevoie nu doar de locuri și pășuni în care să trăiască animalele. Majoritatea fermelor nu trăiesc de pe urma pășunilor naturale, adică din păscutul ierbii; animalele din ferme au o dietă bazată pe cereale, care trebuie cultivate în alte părți. Terenul folosit pentru cultivarea cerealelor cu care sunt hrănite animalele este irosit, întrucât ar putea fi folosit pentru a crește cereale sau alte culturi cu care ar putea fi hrăniți oamenii. Ar fi și mai cinstit din punct de vedere economic, deoarece hrănirea vitelor cu cereale crește cererea globală și duce la creșterea prețului, făcând deci mai grea viața celor săraci.

Știința vegană

Există un studiu-cheie care susține veganismul. Condus de Joseph Poore, de la Universitatea Oxford, acest studiu cuprinzător asupra alimentelor a creat o bază de date uriașă, care cuprinde informații de la 40 000 de ferme din 119 țări și acoperă 40 de produse alimentare, reprezentând 90% din alimentele pe care le consumăm. Acesta a evaluat impactul total al alimentelor consumate, de la fermă la furculiță, ținând cont de suprafața de teren folosită, de emisiile de gaze de seră, cantitatea de apă dulce folosită, poluarea apei și a aerului. Din perspectivă globală, luând în calcul creșterea populației și creșterea nivelului de trai din unele țări în curs de dezvoltare, cifrele sunt șocante. Studiul susține că producția de carne este responsabilă pentru 83% din terenul agricol din lume și produce 58% din gazele de seră emise de industria alimentară, dar produce doar 18% din caloriile și 37% din proteinele pe care le consumăm.[4]

Dezbaterea are două tabere

Nu-i de mirare că, atunci când studiul lui Poore a fost publicat, jurnaliștii și toți eco-influencerii au sărit asupra mesajului vegan, fără să ia în considerare celelalte probleme, cum ar fi sustenabilitatea sistemului alimentar. Dezbaterea vegană a fost în oarecare măsură limitată și dominată de cei cu foarte puțină experiență în producția de mâncare și în ceea ce înseamnă siguranța hranei, așa că este important să privim ambele părți ale controversei despre climă (din nou subliniez că, deși din punct de vedere al bunăstării animalelor este inuman să mănânci orice animal sau produs de origine animală, problema climei cere o discuție mai largă).

Studiul lui Poore sugerează că putem diminua gazele de seră cu până la 23% doar prin adoptarea unei diete vegane. Deci dieta vegană este probabil singura cea mai mare cale de a reduce impactul pe care îl ai asupra planetei şi are de departe un efect mai puternic decât să renunţi la zboruri sau să-ţi cumperi o maşină electrică, pentru că aceste două lucruri reduc doar emisiile de gaze de seră.

Dar a deveni vegan nu este pentru oricine. Mulţi dintre noi, cei care trăim în ţările vestice, am fost condiţionaţi de societate să credem că sursele de proteină de la fiecare masă trebuie să fie de origine animală. În Marea Britanie, din anii 1950 încoace, „carne şi două legume" a fost dieta de bază pentru mulţi şi fiecare responsabil cu aprovizionarea familiei a fost programat să creadă că fiecare fel de mâncare are nevoie de carne pentru a fi gustos şi hrănitor. Evident, pur şi simplu nu este adevărat, iar în ultimii zece ani, mesajul multor nutriţionişti a fost că o dietă bazată pe legume (fasole, mazăre şi linte) şi diverse vegetale poate fi la fel de hrănitoare. Dar avem nevoie de mai multă educaţie referitoare la alegerile alimentare şi de o modificare în felul de a gândi a unei părţi mai mari din populaţie, ca să putem face o schimbare.

Invers, în ţările în curs de dezvoltare şi pentru oamenii săraci ai lumii, unde nu există alternative, mâncatul animalelor este pur şi simplu o chestiune de supravieţuire. Cercetarea este destul de tăcută cu privire la aspectele valorii nutritive a produselor animale pentru copiii din satele din Africa sau la beneficiile fermelor din Africa Subsahariană, unde pământul este prea uscat ca să crească mai multe culturi.

VEGANISMUL – DIETA PERFECTĂ?

Fără nicio urmă de îndoială, mișcarea vegană globală nu doar ne deschide ochii asupra impactului pe care consumul de carne îl are asupra mediului, ci scoate în evidență și impactul pe care veganismul îl are asupra sănătății noastre.

În esență, sănătatea majorității populației se duce naibii. În special America devine o țară de bolnavi și obezi. Consumul ridicat de carne, mai ales carne roșie și carne procesată, este corelat cu numeroase boli precum cancerul, bolile de inimă și diabetul. În locuri precum Statele Unite, industria creșterii animalelor se bazează mult și pe antibiotice, ca să țină infecțiile sub control, făcându-i astfel pe oameni mai rezistenți față de anumite medicamente.

Dacă un lucru ne este benefic, bineînțeles că vom fi mai înclinați să acționăm, iar doctorii sunt de acord că o dietă vegană poate fi o dietă sănătoasă. Dar nu este singura dietă posibilă, iar cei care urmează o dietă pur vegană trebuie să înțeleagă cum să se hrănească corespunzător și să se asigure că, dacă este nevoie, iau suplimente, cum sunt vitamina B12 sau anumiți acizi grași.

Veganismul este perceput de unii ca un mare moft, cu bloggeri care ajung celebri pentru că și-au împărtășit rețetele vegane, cu restaurante și chioșcuri care prosperă de pe urma dietei vegane. Informațiile disponibile despre o dietă vegană – sau despre cum să devii consumator de pește sau să reduci consumul de carne – sunt surprinzătoare, dar ce alegi să bagi în corpul tău depinde, în cele din urmă, de tine și de felul în care mâncarea te face să te simți. Oricum, ar trebui să fim recunoscători internetului și celor dispuși să-și împărtășească ideile. Bogăția de materiale vegane online îi poate ajuta pe indivizi să decidă în ce idei și valori aleg să creadă. Mișcarea vegană nu este atrăgătoare doar pentru cei care vor să afle mai multe despre

drepturile animalelor, aceasta reprezintă şi un mijloc de a face oamenii să devină mai conştienţi cu privire la sănătate, stare de bine şi mediu.

Demontarea unui mit: dacă eşti vegan, nu înseamnă că dieta ta este complet sustenabilă

Motivul pentru care veganismul nu este neapărat recomandabil este că s-ar putea să mănânci soia din China sau ananas din Columbia, iar aceste ingrediente au o amprentă de carbon uriaşă. În Regatul Unit, vegetarianismul şi veganismul sunt din ce în ce mai populare, aşa că este din ce în ce mai importantă descoperirea unor surse alternative de proteine pentru a satisface cererea. Aceasta înseamnă, ca naţiune, că începem să experimentăm creşterea unor culturi noi, de exemplu să ne dăm seama cum să cultivăm la scară mai mare plante ca năutul, lintea şi fasolea, care de obicei sunt cultivate pe terenuri agricole, pentru consumul de masă. Mai trebuie să ne gândim cum să le facem să se adapteze la clima noastră, câtă vreme multe dintre aceste proteine nu pot rezista temperaturilor scăzute din Regatul Unit. Acumularea cunoştinţelor şi experimentele realizate pe culturi alternative vor fi cheia pentru populaţia noastră în creştere, în aceste vremuri afectate de schimbări climatice. Trebuie dezbătut faptul că o schimbare radicală prea rapidă către o dietă bazată pe plante are riscurile ei: nu numai că am putea eşua în atingerea scopurilor realiste, dar am putea eşua în recunoaşterea şi adoptarea metodelor agricole prin care ar putea fi eliberate terenurile şi încurajată absorbţia carbonului, ar fi îmbunătăţită biodiversitatea şi susţinute veniturile oamenilor.

Rolul fermelor sustenabile

În prezent, dezbaterea pe tema dietei vegane este aprinsă, cu argumente de ambele părți (care despart opinia publică), dar poate ar merita mai mult să discutăm despre agricultură sustenabilă și ferme organice. Acest tip de agricultură este o metodă de cultivare a pământului care răspunde nevoilor alimentare ale societății actuale, fără să compromită abilitatea generațiilor viitoare de a-și satisface nevoile.

Ca să poată face acest lucru, fermierii trebuie să folosească metode care să protejeze solul, să eficientizeze consumul de apă, să scadă gradul de poluare al fermelor și să folosească mai eficient energia. Agricultura sustenabilă este folositoare și pentru alți participanți la sistemul alimentar, de la comercianți la consumatori, care pot susține bunăstarea fermierilor, ambalarea mai responsabilă a produselor și pot aprecia metodele ecologice (prietenoase cu mediul).

Agricultura organică poate fi uneori clasificată drept agricultură sustenabilă, dar ține minte că produsele organice pot fi cultivate și în ferme industriale mari, care nu sunt certificate.

Deși concluzia studiului lui Poore este că evitarea consumului de produse animale are mai multe beneficii pentru mediu decât să încerci să cumperi carne și lactate produse ecologic, a reieșit și că există o mulțime uriașă de nuanțe între diferitele moduri de a produce același aliment. De exemplu, vitele crescute pe un teren defrișat produc de 12 ori mai multe emisii de gaze de seră, iar pentru ele este folosit un teren de 50 de ori mai mare decât pentru vitele care sunt crescute pe pășuni naturale.

Vânarea și creșterea animalelor a fost dintotdeauna o parte din istoria omenirii, dar secolul 20 a însemnat aplicarea principiilor revoluției industriale în agricultură, în special în creșterea

animalelor, iar dacă am face brusc trecerea către o cerere uriașă de plante, care să acopere necesarul de proteine și plante specifice, ar trebui să industrializăm și această acțiune.

Apelurile celor din vest pentru trecerea completă la diete bazate pe plante sunt nechibzuite și ar putea face mai mult rău decât bine, dacă ne concentrăm numai pe creșterea vitelor și nu luăm în considerare sustenabilitatea tuturor alimentelor.

Decât să încurajăm oamenii să consume mai multe produse obținute din soia crescută industrial, mălai și cereale, ar trebui să încurajăm formele sustenabile de producere a cărnii și lactatelor, bazate pe rotația tradițională a culturilor și conservarea pășunatului.

Rapoartele de la Comisia Interguvernamentală pentru Schimbări Climatice asupra folosirii terenurilor consideră, cu o atitudine imparțială, consumul de carne ca fiind doar unul dintre elementele agriculturii globale. Și că există și unele „beneficii și oportunități în existența surselor de hrană de proveniență animală adaptabile, sustenabile și cu emisii scăzute de gaze de seră".[5] Am menționat mai devreme câte implicații are producția industrială de carne, și nu este nicio îndoială că nu ar avea un impact foarte serios, dar cercetătorii și activiștii pot face greșeala de a presupune că toată carnea, mai ales cea roșie, are același impact asupra mediului, indiferent de modul în care sunt crescute animalele.

În Regatul Unit, pășunile permanente acoperă 70% din terenul agricol, pe care nimic altceva n-ar putea crește, așa că solul devine o sursă de gaze de seră. Asta înseamnă că pășunile absorb CO_2 din atmosferă și, pe măsură ce iarba crește, carbonul este izolat în pământ, ca materie organică – și cu cât terenul este mai intens folosit și călcat de vite, cu atât mai mult carbon va absorbi. Această contradicție oferă o perspectivă unică asupra

economiei agricole a Regatului Unit. O mulțime de reportaje și documentare sunt orientate către practicile creșterii animalelor în Statele Unite, în timp ce metodele de producție din țara mea sunt trecute cu vederea și reputația lor este și ea terfelită, odată cu cel mai extrem și intensiv sistem de producere a cărnii din lume. Fără să fie nici pe departe cel mai bun – există industrializare a producerii cărnii și în Marea Britanie –, modul de creștere a animalelor aplicat aici este unul dintre cele mai sustenabile. De exemplu, 85% din apa consumată de oi și de vite cade sub formă de ploaie pe pășuni, iar aceasta contribuie semnificativ la hrănirea lor – unele rapoarte susțin că în jur de 90%.

O abordare regenerativă

Abordarea regenerativă de creștere a animalelor se concentrează pe exploatarea solurilor care au fost degradate de sistemul agricol industrial. Metodele sale promovează ecosisteme mai sănătoase prin reconstruirea materiei organice a solului apelând la agricultură holistică și tehnici de pășunat. Definiția exactă a agriculturii regenerative este destul de ambiguă, dar chiar în miezul ei există o oportunitate de inovare – promovarea economiei circulare și, pe scurt, lăsarea naturii să-și facă treaba.

Ar trebui să studiem etica acoperirii cererii de culturi, care duce la folosirea intensă a fertilizatorilor, fungicidelor, pesticidelor și ierbicidelor, în loc să demonizăm formele sustenabile de creștere a animalelor, care pot reface solul și biodiversitatea și de asemenea pot izola carbonul.[6] Prin folosirea rotației de la îngrășământ vegetal la îngrășământ animal, putem mări calitatea solului, ceea ce pe termen lung produce plante mai sănătoase, mai puțin expuse bolilor și dăunătorilor – aspecte cruciale, dată fiind schimbarea climatică. Solurile cu nivel înalt de materie

organică au o retenție a apei mai bună, ceea ce este vital pentru reducerea riscului de inundații și sprijinirea culturilor de a rezista în fața secetei. Astfel de tehnici agricole pot de asemenea să restaureze biodiversitatea și să permită vieții sălbatice să înflorească din nou.[7]

Efectul secundar al veganismului la scară largă

Alt factor pe care trebuie să-l luăm în considerare: dacă toată lumea ar deveni vegană, ce s-ar întâmpla cu milioanele de oameni angajați în sectorul creșterii animalelor și ce efect ar avea o „epidemie" de veganism asupra economiei țărilor? Din păcate, nu există un mod real de a monetiza faptul că nu mănânci animale. Potrivit Departamentului pentru Mediu, Hrană și Afaceri Rurale, aproximativ 500 000 de oameni din Regatul Unit muncesc în ferme care se ocupă cu creșterea animalelor, majoritatea fiind concentrate în zone rurale. Peste 17 milioane de hectare de pe suprafața țării sunt în acest moment teren agricol și adăpostesc peste 10 milioane de vaci, 33 de milioane de oi, 5 milioane de porci și aproape 173 de milioane de păsări de curte.

Nu putem evita faptul că, datorită populației noastre omnivore, animalele produc profituri considerabile pentru economia britanică. Dacă toți am deveni vegani, fermele mici ar fi cel mai rău lovite și n-ar fi chiar atât de simplu ca toată lumea să treacă la creșterea culturilor de plante, în parte pentru că mediul rural britanic nu ar putea susține acest lucru. În timp, am putea găsi o cale să înlocuim locurile de muncă ale celor angajați înainte în industria creșterii animalelor, care ar avea nevoie de asistență pentru a se recalifica profesional, prin subsidii, sau metode alternative de a folosi abilitățile oamenilor pentru a evita un potențial impact negativ asupra biodiversității. Dar ar trebui să ne

gândim foarte serios ce fel de plante chiar am putea cultiva în Regatul Unit, pentru a hrăni oamenii. Aici nu cresc destule legume și nuci ca să poată susține o dietă englezească echilibrată, fără carne.

Pentru a avea culturi arabile, ai nevoie de mult mai mult teren de o anumită calitate. În Regatul Unit, multe animale pasc pe pășuni care nu sunt potrivite pentru culturi vegetale. Odată cu dispariția fermelor, și fără a mai crește animale, mare parte din comunitățile rurale ar dispărea. Este nevoie de animale pentru ca zona rurală să funcționeze, dar deocamdată fermierii ar putea încerca să micșoreze înmulțirea animalelor, ținând cont de faptul că cererea de carne scade la nivel global. Sau ar putea să adopte metode mai sustenabile de producere a cărnii.

CUM STAU LUCRURILE CU CREȘTEREA GĂINILOR?

Discuțiile despre climă sunt adesea dominate de subiectele legate de vite, dar acum în Regatul Unit se consumă mai multă carne de pui decât de porc, miel și vită la un loc, iar cu un an în urmă au fost crescuți peste un miliard de pui. De la supermarketurile mari la gălețile cu pui fript, sectorul avicol este presat de nevoia de a răspunde cererii crescute a populației pentru proteină ieftină.

Ca rezultat, abatoare uriașe și ferme industriale lucrează la capacitate maximă, iar bunăstarea animalelor este un aspect secundar. Puii sunt văzuți mai degrabă ca o marfă decât ca o specie vie, cu propriile nevoi, iar puii sunt crescuți înăuntru, cu caracteristicile genetice modificate astfel încât în a 22-a zi de viață să arate ca un pui crescut complet și după numai 44 de zile sunt trimiși la abator. Aceste fabrici au capacitatea de a tăia peste 30 000 de pui pe oră.

Timp de 40 de ani, Ferma Organică Daylesford din Gloucestershire a făcut lucrurile altfel. Fiind una dintre cele mai sustenabile ferme din Regatul Unit și-a impus să respecte cele mai înalte standarde etice și de mediu.

Cei de la Daylesford nu sunt de acord cu creșterea intensivă a puilor. Drept rezultat, au amenajat propriile clocitori și abatoare certificate de către Soil Association ca având standarde organice. Aceasta înseamnă că ei controlează întregul proces aplicat la fermă. Găinile depun ouăle care sunt incubate în propriile clocitori, ca să obțină pui organici (în acest moment mai există o singură altă companie în Regatul Unit care face acest lucru). Așa cum fac cu celelalte animale ale lor, aleg rase cu creștere lentă, cu instinct natural către explorare, care se bucură de o dietă variată. După mai mult de 70 de zile, pasărea călătorește aproximativ 2 km până la abator, unde pe cât posibil operațiunile sunt realizate manual.[8]

Cererea de carne de pui este uluitoare. Din acest motiv (în acest moment) este imposibil să produci destule păsări, în condiții bune de creștere, cât să acoperi această cerere. Mai puțin de 5% din puii din Regatul Unit sunt crescuți organic – motiv pentru care alegerile noastre contează atât de mult și intenția noastră de a ne reduce consumul de carne este vitală. Dacă decizi să mănânci pui sau orice alt fel de carne, tu, consumatorul, trebuie să te gândești cum a fost crescut animalul respectiv și să faci alegerile în consecință.

Dar peștele?

Peștele, nu carnea, este singura sursă de proteină pentru mai mult de 3 miliarde de oameni din țările în curs de dezvoltare. Organizația pentru Alimentație și Agricultură a ONU a arătat într-un studiu cât de mult am început să ne bazăm pe fructele

de mare ca sursă de proteină. Se estimează că în jur de 10-12% din populația globului se bazează pe pescării și acvacultură ca să se întrețină. Consumul de pește pe persoană a crescut de la 10 kilograme în anii 1960 la peste 19 kilograme în 2012, iar producția de fructe de mare crește anual cu o rată de 3,2% – de două ori rata creșterii populației.[9] De-a lungul lanțului de producție, este obligatoriu să începem să protejăm habitatele marine, speciile care trăiesc în ele și comunitățile care depind de fructele de mare prinse sau crescute cu impact minim asupra mediului.

Fără îndoială, este o provocare pentru întreaga lume să devină complet vegană și încă nu cunoaștem toate implicațiile pe care acest lucru l-ar avea asupra sănătății, dar se fac încercări pentru prevenirea lor. Consumatorii ca tine ar putea juca un rol uriaș în consolidarea pozitivă a unui nou sistem alimentar, cumpărând fructe și legume produse local, pentru că aceasta este cea mai echilibrată opțiune. Schimbarea climatică este deosebit de importantă, dar la fel este și supraviețuirea fiecărei persoane de pe Pământ, așa că folosește-ți puterea de cumpărare ca pe un mod de a susține un sistem alimentar mai bun pentru tine, producători și planetă.

Demontarea unui mit: fermele piscicole sunt prietenoase cu mediul

Avem această obsesie cu carnea de vită și reducerea consumului de carne de vită, dar în ultimii 50 de ani rezervele de pește sălbatic au scăzut cu 90% și ca rezultat piscicultura ajută la hrănirea populației globale în creștere. Fermele piscicole asigură două treimi din peștele vândut în Asia și peste 95% din cel vândut în Europa.

Inițial, această industrie a fost considerată prietenoasă cu mediul. De fapt, peștele de cultură depozitează excremente și hrană nedigerată pe fundul iazurilor în care mai este foarte puțin oxigen, creând mediul perfect pentru producerea de metan și contribuind astfel la emisiile de gaze de seră.

Creșterea populației și agricultura

În prezent, mulți dintre noi avem privilegiul să alegem dacă vrem sau nu să devenim vegani, dar există câțiva factori pe care nu îi controlăm deloc. Momentan, trăim într-o lume în care există mâncare din abundență (deși nu este distribuită echitabil), dar ne îndreptăm către un viitor înspăimântător, în care nu va fi destulă mâncare și apă pentru toată lumea. Asta va duce la crize economice, conflicte și războaie pentru apă, deoarece schimbarea climatică pune mari probleme viitorului agriculturii, care va trebui să se adapteze creșterii temperaturii și lipsei de surse de apă – toate în contextul creșterii continue a populației.

Până în 2050, se așteaptă ca încă 2,2 miliarde de oameni să apară pe planetă. Hrănirea populației din întreaga lume va fi o provocare enormă și deocamdată nu știm cum vom reuși să o facem. În prezent, cel puțin unul din nouă oameni de pe Pământ este subnutrit sau înfometat, din cauza distribuției inegale a hranei (foametea este definită de Organizația pentru Alimentație și Agricultură ONU ca lipsa aportului suficient de calorii pentru acoperirea necesarului zilnic, minim, de energie). Ca să hrănim 10 miliarde de oameni este nevoie să creștem producția globală de hrană cu cel puțin 60%. Un punct de pornire bun ar fi să nu mai aruncăm o treime din producția alimentară globală și să luăm în considerare tehnici agricole noi, care se pot adapta schimbărilor climatice.

Deși ar trebui să putem hrăni pe toată lumea, agricultura este, în mod natural, incredibil de sensibilă la fluctuațiile climei. Condițiile pentru eficientizarea culturilor agricole variază dramatic la nivel global și, din ce în ce mai mult, din cauza schimbărilor meteorologice neobișnuite. Un an în care a plouat puțin, valuri de căldură sau valuri de frig sosite la momentul nepotrivit, sau fenomene extreme cum sunt inundațiile au un efect semnificativ asupra recoltelor locale și a fermelor de animale din toată lumea. Iar defrișarea cu scopul cultivării plantelor sau creșterii vitelor nu face decât să complice problema schimbării climatice.

Nesiguranța alimentară în lume

Dacă nu începem să acționăm, ar trebui să ne îngrijoreze perspectiva foametei în viitor, pentru că populația planetei noastre crește rapid. Agricultura este crucială pentru combaterea foametei, a malnutriției și creșterea siguranței alimentare, dar schimbarea climatică este una dintre cele mai mari cauze ale nesiguranței alimentare la nivel global.

Din 1970, lipsa hranei în țările în curs de dezvoltare a scăzut la jumătate. Rata a scăzut de la cel puțin 35% la sub 15%, dar în 2017 tendința s-a inversat și numărul de oameni subnutriți a început să crească din nou. Este o perioadă prea scurtă de timp ca să putem spune dacă este vorba despre o scădere temporară sau un trend pe termen lung, dar este îngrijorător, iar ONU spune că n-o să știm cu adevărat acest lucru prea curând.

Unii cercetători consideră că schimbarea climatică potențează și chiar cauzează conflicte violente în lume. Aproape un sfert din populațiile celor mai puțin dezvoltate țări suferă deja de nesiguranță alimentară, existând populații vulnerabile în Nigeria, Somalia, Sudanul de Sud și Yemen, care riscă foametea în următorii zece ani. Africa de Est a trecut prin ani de secetă, în

timp ce Asia de Sud a trecut prin cele mai groaznice inundații din ultimii ani. Conflictele intense la nivel global, în general, periclitează agricultura și fac accesul la hrană și mai dificil. Pot chiar devaloriza moneda unei țări, provocând creșterea prețurilor la mâncare, ceea ce pune presiune pe veniturile gospodăriilor și pe sumele de bani cu care oamenii își pot hrăni familiile.

Studiile arată de asemenea că unele zone în curs de dezvoltare nu vor putea niciodată să-și susțină populația din propria producție de hrană și nu este nicio îndoială că schimbarea climatică va provoca o lipsă de hrană devastatoare, la un moment dat, chiar și în Vest.

Deja, țările cu populații uriașe, cum este China, nu mai pot fizic să cultive destulă hrană pentru a-și acoperi propriile nevoi, așa că se bazează pe importurile de alimente.

În America, fermierii trăiesc de pe urma organismelor modificate genetic (OMG-uri) cultivate în ferme uriașe, care acoperă sute de hectare de teren, cu ajutorul a multe mașinării scumpe și al substanțelor chimice agricole. De-a lungul continentelor cum este Africa, companiile internaționale investesc capital renunțând la metodele agricole tradiționale în favoarea OMG-urilor, susținând că acest lucru ajută la combaterea foametei. Milioane de fermieri africani i-ar contrazice totuși, pentru că au deja metode actualizate care să susțină agricultura din semințe, de departe mai prietenoasă decât cea bazată pe organisme modificate genetic.

Nu voi discuta despre cât de arogante pot fi corporațiile sau ideile celor din Vest, dar creșterea artificială a producției alimentare poate genera o listă înfiorătoare de potențiale crize de mediu: dereglarea climei, extincția în masă a animalelor sălbatice, pierderea biodiversității, poluarea oceanelor și a cursurilor de apă și scăderea sănătății comunităților.

Metode de cultivare potrivite pentru o anumită zonă

Cei ce vor să asculte, vor realiza că fermierii africani au o mulțime de cunoștințe ecologice. Propriile varietăți de semințe au evoluat în paralel cu dăunătorii și bolile locale și sunt adaptate la forme diferite de teren și condiții meteo schimbătoare. Comunitățile africane care au încercat OMG-uri au folosit semințe de import și odată cu ele a venit nevoia de a umple pământul de fertilizatori toxici și ca urmare au înțeles că semințele moderne, modificate, nu dau randament în perioadele cu climă schimbătoare și vreme imprevizibilă. Asta subliniază că este greșit să crezi în nevoia unei agriculturi industriale pentru a putea hrăni o populație mondială în creștere. Aceste situații din viața reală demontează (din nou) mitul răspândit că avem nevoie de substanțe chimice, semințe modificate și ferme-fabrică pentru a hrăni populația în creștere.

Singura cale de a oferi siguranță alimentară reală, atât azi cât și în viitorul apropiat pentru o populație în creștere, este să-i susții pe fermieri să revină la diversitatea de semințe, să mențină solul sănătos, natural și să-i sprijini pe cei care își înțeleg propriul pământ.

Nu există o soluție agricolă globală pentru toți fermierii din toată lumea, iar fiecare continent va trebui să se adapteze și să facă schimburi comerciale. Variabilitatea mare a impactului pe care fermele îl au asupra mediului este o oportunitate de a reduce distrugerile și de a hrăni populația globală mereu în creștere.

MOMENTUL DE GLORIE AL QUINOA

Creșterea popularității unuia dintre cele mai vechi alimente din lume, quinoa, este o poveste incredibil de complicată, una care subliniază complexitatea satisfacerii cererii de vegetale mereu în schimbare. Quinoa este o sămânță considerată „o falsă cereală", pentru că nu este o cereală, deși așa este folosită. De când fanaticii sănătății din Vest au descoperit beneficiile nutriționale ale acestei semințe, quinoa s-a transformat din mâncare locală într-o marfă globală.

Acest moment a fost o oportunitate pentru fermieri, în special pentru cei din Peru și mai ales din Anzi. Pe măsură ce creșterea de quinoa a explodat, prețul ei a crescut și a creat o șansă incredibilă pentru cultivatorii locali de a face profit și a ieși din sărăcie.

Înainte de a crește cererea pentru export, quinoa a fost cultivată de peste 7 000 de ani și era considerată sacră în Imperiul Incaș. Se crede că pe vremuri au existat vreo 3 000 de soiuri, dar, odată cu creșterea cererii, fermierii au început să le abandoneze pe cele mai multe și să se concentreze doar pe câteva.

Acest lucru ridică o problemă, deoarece soiurile create de fermierii din Anzi reprezintă viitorul pentru quinoa și se pot adapta fluctuațiilor climatice. Calitatea solului în locurile unde quinoa este crescută în scopuri comerciale începe să se deterioreze, deoarece prețurile mari oferite pentru recoltă au făcut ca pământul să fie cultivat în continuare, deși înainte ar fi fost lăsat să se odihnească. Astfel a rezultat o deficiență de nutrienți. Mai departe, fermierii care au început să se concentreze să producă mai multă quinoa, au început să reducă turmele de lame, așa că au avut mai puțin bălegar pe care să-l folosească drept îngrășământ natural.

Creșterea prețurilor a însemnat totodată că oamenii săraci din Peru, pentru care quinoa a fost cândva un aliment hrănitor și sigur, nu și-au mai permis să o cumpere, iar localnicii au început să schimbe cerealele pe care le mâncau cu mâncare mai ieftină și de proastă calitate, de import. A avut loc o invazie de ferme mari în afara zonelor înalte din Anzi, care începuseră să alimenteze visurile fermierilor locali crescând exagerat prețul produsului lor. Deloc surprinzător, prețurile ridicate au atras competiția: în Peru, fermierii de pe coastă au început să folosească metode intensive și fertilizatori, obținând o producție dublă față de cea din Anzi. Fermele industriale au inundat piața și, poate cea mai mare problemă, în consecință prețul quinoa a scăzut la fel de repede cum a crescut.

Povestea creșterii popularității quinoa este un exemplu de schimb cu consecințe negative între nord și sud, unde activiști pentru sănătate bine intenționați au dus la degradarea mediului și apoi la sărăcie în Peru. Nu înseamnă că n-ar trebui să mai mâncăm quinoa, dar ar trebui să o consumăm moderat, ca și pe orice alt așa-numit „super-aliment".

Demontarea unui mit: lumea poate fi hrănită numai cu ajutorul agriculturii intensive

Majoritatea studiilor climatice terifiante pe care le citim creează ideea greșită că este nevoie de agricultură intensivă pentru a putea hrăni populația în creștere, dar potrivit ONU, în prezent 70% dintre alimentele pe care le mâncăm sunt produse în ferme mici.

Agricultura creează locuri de muncă

În lume, veniturile a peste 2,5 miliarde de oameni depind de agricultură, care este un pilon central al dezvoltării economice globale. Agricultura este cunoscută drept unul dintre cele mai puternice instrumente pentru creşterea veniturilor oamenilor săraci, dar când majoritatea fermierilor sunt producători la scară mică, devin cei mai vulnerabili la schimbările mediului şi ale preţurilor. Imprevizibilitatea producţiei culturilor, cauzată de schimbările climatice, chiar se poate transforma într-o chestiune de viaţă şi de moarte pentru aceşti producători, care în ultimele zeci de ani au trecut prin mai mult decât un an sau doi de recoltă slabă. Trebuie să începem să privim din perspectivă umană lanţurile alimentare şi să îi preţuim pe fermierii şi oamenii care ne asigură mâncarea.

Merită de asemenea notat că cei din industria agricolă depind de condiţiile climatice specifice. În acest moment, acelaşi CO_2 care se acumulează în atmosferă ca urmare a folosirii combustibililor fosili modifică compoziţia fructelor şi a legumelor pe care le mâncăm, făcându-le mai puţin hrănitoare. Excesul de CO_2 grăbeşte fotosinteza şi face plantele să dezvolte mai mult zahăr şi mai puţin calciu, proteine, zinc şi alte vitamine importante.

Rezultatul: în viitor, oamenii vor începe să sufere de deficienţe de nutrienţi vitali din cauza acestor modificări şi vor apărea schimbări în stratul de ozon şi în cantitatea de gaze de seră emise, iar schimbările climatice vor afecta veniturile fermierilor, ca urmare a naturii imprevizibile a ciclurilor vegetale.

În ţările în curs de dezvoltare, unde oamenii depind de o recoltă decentă ca să-şi hrănească familiile, să aibă un venit şi să plătească datoriile, căldura extremă şi alte evenimente

distrugătoare încep să creeze o criză existențială. În unele cazuri, presiunea emoțională poate deveni copleșitoare, iar schimbarea climatică este considerată unul dintre principalii declanșatori ai creșterii numărului de sinucideri în rândul fermierilor, începând cu anii 1980. În mod evident, agricultura industrială este incredibil de vulnerabilă, iar schimbarea climatică nu este singurul factor care contribuie la declinul sănătății mentale și al creșterii cazurilor de sinucidere, dar fermierii se află în linia întâi și sunt cei mai vulnerabili la schimbările de temperatură, la căderea ploilor și frecventele fenomene meteo extreme. *Time to Change Wales* a arătat că în Regatul Unit[10], cel puțin un fermier care prezintă probleme de sănătate psihică își ia viața săptămânal, ceea ce înseamnă că peste 52 de familii pe an vor trece printr-o astfel de tragedie, care le va afecta tot restul vieții. Ceva mai departe, epidemia de sinucideri în rândul fermierilor indieni este o problemă actuală deosebit de tulburătoare, pentru că temperaturile ridicate și inundațiile frecvente au dus la pierderea culturilor.

> ***Povestea lui Vishal Pawar***
>
> Aceasta este o poveste incredibil de tristă, dar din ce în ce mai întâlnită, pe măsură ce micii fermieri se luptă cu dezastrele provocate de schimbârile climatice.
>
> În 2010, Vishal Pawar a renunțat la serviciu și a devenit fermier pe propriul teren de 15 acri. Experiența anterioară de muncă și ideile despre metodele agricole moderne l-au ajutat să construiască o fântână cu care să asigure apa pentru terenul său. În 2013, fântâna lui Vishal a secat din cauza secetei severe care a lovit regiunea. India trecuse printr-o serie de fenomene meteorologice traumatizante, inclusiv căldură extremă și inundații abundente

în toată țara. Vishal a încercat să-și repare fântâna, dar n-a avut noroc; nu i-a rămas altceva de făcut decât să ia în arendă 10 acri de pământ și să-i lucreze pe aceia. Planul său era să muncească mult pe pământul arendat și să-și plătească împrumuturile cât de curând posibil.

În același an, un muson extrem de puternic a lovit zona în care trăia. Condițiile climatice nu-l favorizau, iar pământul său a dat o recoltă de numai 10% din cât se aștepta. Simțindu-se prins într-o situație economică fără ieșire și fără să aibă cu ce-și hrăni familia, Vishal și-a luat viața. Pledoaria de mai jos este o parte din biletul său de adio:

Către
Stimatul Prim-Ministru.

Sanjay Rathod Saheb, nu am reușit să-mi strâng recolta, din cauza musonului.

Este secetă. Prin urmare, n-am avut cum să-mi plătesc împrumutul la bancă și creditorii. Sunt complet falit și la capătul puterilor.

Nu îmi pot asuma responsabilitatea de a avea grijă de familia mea. Când eu nu voi mai fi, vă rog să vă asigurați că datoria va fi anulată. Aceasta este o rugăminte...

Vishal Pawar

Apreciază munca importantă a fermierilor

Povestea lui Vishal este doar una dintre miile de povești raportate în ultimii ani[11], despre fermieri care s-au sinucis. O epidemie de sinucideri în rândul fermierilor din India și din alte țări a zguduit puternic industria. Sinuciderea este o problemă foarte

răspândită și foarte personală, așa că este dificil să-i găsești cauza, dar o combinație între îndatorare, absența serviciilor sociale și a susținerii, plus schimbările climatice recente au complicat situația micilor fermieri.

Trebuie să-i susținem pe micii fermieri, cum a fost Vishal, oferindu-le servicii potrivite de asigurări pentru recoltele lor și compensații pentru pierderile suferite din cauza factorilor climatici, evitând astfel instalarea lipsei de speranță, care duce la disperare și chiar la sinucidere. Fermierii au nevoie de flexibilitate, strategii inteligente și abilități specifice pentru a trăi bine și a face agricultură de calitate. Toate țările trebuie să înceapă să folosească informații pentru a-și îmbunătăți continuu eficiența rețelei agricole de aprovizionare, ajutând fiecare sector al rețelei să monitorizeze condițiile de mediu și celelalte variabile.

Aceste informații pot fi folosite pentru a ajusta felul în care recoltele sunt produse, depozitate și distribuite, pentru a reduce risipa. Trebuie să susținem știința și tehnologiile care pot genera culturi agricole ce se pot adapta la noile condiții. Producătorii de produse alimentare vor beneficia de pe urma agriculturii bazate pe date, cum ar fi verificarea imaginilor prin satelit și a senzorilor, strângerea de informații vitale despre condițiile meteo, starea solului și cererea de pe piață, cu doar câteva click-uri pe un telefon mobil. În viitor, politicile de climă vor fi de asemenea esențiale pentru a combate condițiile extreme de muncă pentru fermieri, nu doar în emisfera sudică, ci în toată lumea.

Privind înainte, către generațiile viitoare din lumea întreagă, câștigurile scăzute, prețul crescut al terenurilor și lipsa fermelor de închiriat sunt descurajatoare pentru tinerii care vor să intre în industria agricolă.

Fără îndoială, fermierii se simt asaltați pe măsură ce lumea noastră se schimbă și oamenii caută produse fără lactoză, adoptă

stiluri de viață vegetariene și vegane și se confruntă cu ceva ce ar putea părea o critică continuă din partea presei pe tema impactului pe care agricultura îl are asupra schimbării climatice. Prinși la mijloc, fermierii trebuie să facă față și faptului că majoritatea gospodăriilor britanice sunt, deocamdată, mai preocupate de prețul produselor, decât de sustenabilitatea lor. În această situație, riscăm ca produsele britanice de cea mai bună calitate să devină o marfă rezervată doar celor bogați, în timp ce persoanele cu venituri mai mici vor fi nevoite să se mulțumească cu importuri ieftine, care nu îndeplinesc standardele de mediu sau de siguranță alimentară.

Mulți fermieri încep să-și suplimenteze veniturile diversificându-și activitățile. Biocarburanții, de exemplu, prezintă noi oportunități pe fondul temerilor din ce în ce mai crescute în domeniul siguranței energiei – creșterea prețurilor la combustibili și schimbarea climatică. Dar este nevoie, inclusiv acasă (în Regatul Unit), de conștientizarea faptului că fermierii joacă un rol important, cel de custozi ai zonei rurale și ai biodiversității. Este nevoie ca generațiile viitoare să fie mai implicate, mai angajate în sectorul agricol. Pentru ca viitorii fermieri să fie în siguranță, trebuie să fim atenți unde și cum este produsă mâncarea noastră, să le mulțumim fermierilor noștri, să susținem producția locală și să ne asigurăm că fiecare îmbucătură contează, indiferent în ce colț al lumii ne aflăm.

Revenind la fermierii din Regatul Unit, nu este în regulă să evităm alimentele din carne produse sustenabil aici, în favoarea unor „diete bazate pe plante" compuse din avocado sau migdale, care sunt cultivate în cele mai aride locuri de pe Pământ și pentru a căror creștere se consumă surse prețioase de apă.

Ar putea face mai mult agricultorii britanici? Da, bineînțeles! Ca să atingem momentul în care un produs britanic este cea mai

bună alegere pentru toți, avem nevoie de fermieri, consumatori și guverne care să facă din hrana prietenoasă cu clima o prioritate. Natura și sănătatea noastră depind de acest lucru.

Risipa de hrană: de ce suntem atât de ineficienți?

Nimic nu-i mai rău decât să deschizi ușa frigiderului, să bagi mâna înăuntru și să scoți afară resturile unei mâncări care s-a stricat. Dezamăgirea este mare, ca să nu mai spun cât este de dezgustător să arunci mâncarea stricată.

Ce faci atunci când punga cu salată din frigiderul tău încă arată bine, chiar dacă data de expirare de pe ambalaj a trecut? Nu ai niciun semnal vizual sau vreun miros neplăcut care să sugereze că salata nu mai este bună. Dacă ești ca majoritatea oamenilor, instinctul „mai bine în siguranță, decât să-mi pară rău" va prelua controlul și o vei arunca, spunându-ți că o să ai mai multă grijă data viitoare. În Regatul Unit, mai mult de jumătate din mâncarea pe care o aruncăm este mâncare pe care am fi putut să o consumăm. Ca indivizi, jucăm unul dintre cele mai mari roluri și contribuim la această problemă. În jur de o treime din această risipă are loc la nivel de consumator, în momentul în care cumpărăm mai mult decât avem nevoie și apoi aruncăm mâncarea. Emoțional și mental suntem condiționați să ținem cont de data inscripționată pe produs. Aproximativ 25 000 de tone de mâncare care ajung la gunoi în fiecare an sunt comestibile încă. Asta înseamnă aproape 650 de milioane de mese de seară care ar fi putut fi gătite din rămășițe perfect comestibile.

Există suficientă mâncare, dar este inegal distribuită

În lume, peste 800 de milioane de oameni vor merge diseară la culcare fiind într-o stare critică de subnutriție – 200 de milioane vor fi copii care trăiesc mai ales în zone rurale. Este șocant, căci cu toate acestea, în lume există destulă mâncare pentru a hrăni pe toată lumea. Tehnic vorbind, i-am putea hrâni pe toți cei peste 800 de milioane de oameni subnitriți cu mai puțin de un sfert din mâncarea care este aruncată zilnic în SUA și Europa. În prezent, nu rezervele de hrană sunt problema, ci sistemul de distribuție. Spre deosebire de apă sau petrol, care sunt resurse finite, creștem destule cereale (cum ar fi grâul și orezul) ca să putem oferi fiecărei persoane de pe planetă 3 500 de calorii pe zi – cam cu 50% mai mult decât are nevoie zilnic un adult.[12] În schimb, distribuim resursele prost și risipim cantități ridicol de mari de hrană.

În acest moment, distribuirea alimentelor este inegală și trebuie să începem să privim în perspectivă. Eradicarea foametei într-un mod sustenabil este corectă moral, aduce beneficii politice și este economic realizabilă pentru cei aflați la putere.

Problema risipei de hrană

Risipa de hrană este o problemă umanitară la fel de importantă cum este cea a mediului – trebuie să ne concentrăm pe modul în care putem hrăni mai mulți oameni risipind mai puțin din ceea ce producem deja.

Gradul în care hrana este risipită variază în anumite zone din lume, dar dacă risipa globală de hrană ar fi o țară, ar fi a treia după China și Statele Unite ca impact asupra încălzirii globale. Se așteaptă ca aceste valori să crească cu o treime până în 2030, când 2,1 miliarde de tone de alimente vor fi pierdute

sau aruncate, echivalând cu 66 de tone pe secundă.[13] La nivelul producției și distribuției, de exemplu, mâncarea se deteriorează pe câmpuri, sau este pierdută ca rezultat al transportării în condiții proaste, sau se strică în magazine care nu au tehnicile potrivite pentru a o păstra în condiții bune.

Dacă înțelegem în ce punct anume al lanțului de aprovizionare se întâmplă pierderile, vom putea găsi și implementa soluții eficiente. Cantitatea mare de hrană aruncată are și un impact semnificativ asupra climei, din cauza nivelurilor de dioxid de carbon, metan și protoxid de azot care sunt produse și emise de-a lungul diferitelor stadii de producere a acesteia, până la momentul în care o punem în frigiderele noastre. Energia consumată pentru producerea, recoltarea, transportarea și ambalarea alimentelor pe care le aruncăm generează peste 3,3 miliarde de tone de dioxid de carbon. În plus, mai sunt și emisiile create de producerea cutiilor de metal, a pungilor de plastic și a cutiilor de carton în care este împachetată mâncarea noastră, precum și depozitarea, transportarea și gătirea, care sunt și ele făcute degeaba, atunci când o mâncare nu este consumată.[14]

Supermarketurile și risipa de hrană

Există multe lucruri pe care nu le putem controla personal de-a lungul lanțului alimentar, dar ce-ar fi să vorbim despre supermarketuri, locul de unde cei mai mulți dintre noi își cumpără hrana?

În termeni financiari, lumea pierde mâncare în valoare de 400 de miliarde de dolari, înainte ca mâncarea să ajungă în supermarket. Aproximativ 20–40% dintre fructele și legumele din Regatul Unit sunt respinse înainte să ajungă în magazine. Chiar au nevoie supermarketurile mari să comande atât de multă

mâncare pe care nu o vor vinde? Chiar este nevoie ca ele să ne pună la dispoziție sute, dacă nu mii, de produse similare, dar de la firme diferite? Este necesar să avem cinci tipuri de orez instant pe raft sau zece din același sos de roșii, împachetat diferit? Tu, consumatorul, simți că ai nevoie de rafturi întregi de branduri diferite?

Pe lângă greșelile de aprovizionare, ce-ar fi să vorbim despre folosirea greșită a etichetelor și a datelor de expirare puse pe alimente, care il bagă pe consumator în sperieți? Supermarketurile trebuie să-și îmbunătățească standardele de etichetare sau chiar să scoată etichetele de pe anumite produse, permițându-i acestuia să înțeleagă mai bine cât de proaspăt este produsul și să evite risipa inutilă.

Risipa alimentară este o problemă relativ ușor de rezolvat, dacă devenim mai eficienți și mai inteligenți în legătură cu felul în care producătorii distribuie și cu ce anume consumăm. Nouă, consumatorilor, ne revine responsabilitatea de a cumpăra doar cât avem de gând să mâncăm. Acceptă imperfecțiunea și urâțenia și folosește-ți intuiția de consumator care știe ce este și ce nu este bun de mâncat.

Clima se schimbă – și tu te poți schimba

La nivel personal, contează fiecare îmbucătură și să fii conștient de amprenta ta de carbon poate ajuta mult restul lumii. Decizia pe care o iei în fiecare zi când alegi ce mănânci este singurul mod important în care tu, ca individ, poți contribui.

Cercetează și întreabă-te un lucru simplu: de unde vine mâncarea pe care o cumpăr?

Acceptă că produsele pot fi de bună calitate, delicioase și sigure, chiar dacă nu arată perfect.

Susține fermierii locali. Susține produsele crescute organic sau din culturi regenerative.

Cumpără local. Mergi la piață. Probabil vei fi surprins cât de gustoase sunt produsele locale, în comparație cu legumele internaționale, cumpărate de la supermarket. Dacă n-ai timp să mergi la piață, abonează-te la un serviciu de livrare, cum sunt:

- Oddbox. Compania socială Oddbox are misiunea de a reduce cantitatea de fructe și legume risipite, care ajung la gunoi din cauza unor imperfecțiuni minore. Fiecare cutie vine cu un ghid care îți arată ce aliment a fost salvat, fie că este produs de fermierii din Regatul Unit sau în străinătate.
- Abel and Cole. Livrează produse organice de la ferme din Marea Britanie, în funcție de sezon.

Cumpără produse organice. Organic înseamnă agricultură fără îngrășăminte chimice, fără majoritatea pesticidelor, fără semințe modificate genetic, medicamente sau antibiotice. Unele pesticide care ajung pe fructele și legumele non-organice pot rămâne pe ele chiar și dacă le-ai spălat bine. Într-o lume perfectă, ideal ar fi să cumperi totul organic, dar costul și comoditatea s-ar putea să nu-ți permită acest lucru. Potrivit Grupului de Lucru pentru Mediu, iată care sunt produsele non-organice „curate" și sigure pe care să le cumperi și care sunt fructele și legumele „periculoase", pe care ar trebui să le cumperi în varianta organică oricând poți, pentru că în general conțin cea mai mare concentrație de pesticide.

- Curate: sparanghel, vinete, avocado, broccoli, varză, conopidă, kiwi, pepene galben, ciuperci, ceapă, papaya, ananas, porumb dulce.

- Periculoase: mere, țelină, cireșe, struguri, kale, nectarine, piersici, pere, cartofi, spanac, căpșune, roșii.

Nu este nicio îndoială că ar trebui să mâncăm cu toții mult mai puțină carne și să punem capăt formelor imorale, intensive, generatoare de carbon și poluare, de producere a cărnii.

Adoptă „lunea fără carne". Fondată de Paul, Stella și Mary McCartney, „lunea fără carne" este o campanie de mediu de conștientizare a impactului pe care producția și consumul de carne le au asupra schimbării climatice. Mesajul este simplu: o zi pe săptămână nu consuma carne.

Dacă devii vegan, nu înseamnă neapărat că mănânci sănătos. Există o mulțime de mâncăruri vegane procesate, nesănătoase – așa că, asigură-te că dieta ta include toți nutrienții necesari. Este important să incluzi proteine din alimente precum nuci, semințe, fasole boabe și linte.

Pâinea este unul dintre produsele alimentare cele mai aruncate, fără să fie nevoie. Nu contribui la cele 24 de milioane de felii de pâine risipite în fiecare zi în Regatul Unit: îngheață-ți franzela și dezgheață câte o felie, apoi fă-o pesmet, crutoane sau transform-o într-o budincă delicioasă.

Dacă ne uităm la amprenta de carbon a diferitelor alimente, ca să vedem cât de mult contribuie unele dintre ele la producerea efectului de seră, cele mai dăunătoare sunt: carnea de vită și miel, brânza, carnea de porc, somonul de cultură, carnea de curcan și de pui, tonul la conservă și ouăle. Alimentele care sunt mai prietenoase cu mediul sunt: broccoli, citricele, fasolea uscată, mazărea verde, lintea, nucile, orezul, tofu și roșiile. Ca să-ți reduci și mai mult amprenta de carbon, nu uita să cumperi cât mai multe alimente de la producătorii locali.

Când mănânci pește sau fructe de mare caută etichete pe care scrie Fructe de mare cu Certificat de Sustenabilitate, atât la supermarket, cât și la restaurante. Asta înseamnă că fructele de mare au fost prinse sau crescute în moduri care iau în considerare viabilitatea pe termen lung a speciilor și bunăstarea oceanelor, precum și nivelul de trai al comunităților ce trăiesc din pescuit.

Folosește creativ resturile de mâncare. Online găsești o mulțime de bucătari și bloggeri creativi care te încurajează să minimizezi risipa de alimente. Ai putea să folosești congelatorul mai mult? Mâncărurile congelate pot fi la fel de nutritive și își păstrează mai mult timp prospețimea.

La supermarket evită mâncărurile împachetate în polistiren și PVC, deoarece este greu de crezut că vreunul dintre aceste materiale va fi acceptat la centrul de reciclare din localitatea ta.

Înscrie-te în programe de colectare ca să donezi alimentele rămase către persoanele nevoiașe. Folosește aplicații precum Olio. Olio pune în legătură vecinii unii cu alții și voluntarii cu diverse afaceri, astfel încât excesul de alimente și alte produse să poată fi redistribuite, nu aruncate. Olio este pentru cei care iubesc alimentele și urăsc risipa, cei cărora le pasă de mediu și care vor să intre în contact cu comunitatea lor.

Fă lobby pentru posibilitatea schimbării dietei și veganism în cercul tău de prieteni și cunoștințe.

Urmărește câteva documentare interesante despre sistemul nostru alimentar, cum ar fi:

- *Cei care schimbă jocul*
- *Food, Inc*

- *Conspirația Bovinelor: Secretul sustenabilității*
- *În apărarea mâncării*
- *Sushi: captura globală*
- *Mai mult decât miere*
- *Educație vegană*

5

Este un stil de viață, nu o modă

„Natura nu este un loc pe care îl vizitezi.
Natura este acasă."

Gary Snyder

Zilnic, toți facem alegeri care au impact asupra climei: de la ce mâncăm dimineața, la cât timp stăm cu lumina aprinsă acasă.

Între 60 și 80% din impactul nostru asupra planetei provine de la ce consumăm în gospodărie. Asta include mai mulți factori care se suprapun: de la mâncarea pe care o gătim, la hainele pe care le purtăm și le spălăm și energia pe care o folosim pentru iluminat și aparatele electrocasnice. Cel care practică un stil de viață atent la impactul asupra mediului nu este, cel mai probabil, un om perfect, pentru că s-ar putea să fie un vegan care încă mai zboară cu avionul sau o mamă care folosește produse de curățare netoxice, dar nu folosește scutece reutilizabile pentru copil. Nivelul de sacrificiu necesar ca să duci o viață complet sustenabilă

este, pentru mulți, inacceptabil și nu avem atât de mult timp sau bani încât să alegem mereu lucruri cu amprentă de carbon scăzută.

Nici n-o să faci peste noapte schimbări semnificative în stilul tău de viață, așa că, pe măsură ce începi procesul de schimbare, acest capitol își propune să demonteze și să scuture câteva dintre neînțelegerile mai dificile despre cum să ai în fiecare zi o viață mai lipsită de risipă. Aceasta va avea impact asupra copiilor, energiei electrice, a diferitelor treburi casnice, metodelor de curățare, compostului și călătoriilor cu avionul. Cele mai mari avantaje ale unui stil de viață prietenos cu mediul sunt că îți simplifică viața, este mai ieftin, de actualitate, distractiv și complet realizabil, atât în viața personală, cât și în cea de familie.

Numai tu poți aduce schimbarea, organizându-ți casa și viața cât de bine poți, pentru a face din sustenabilitate un stil de viață, nu doar o modă.

Date concrete: casa și stilul de viață

- În Regatul Unit, 90% dintre oameni susțin că reciclează regulat produsele de bucătărie, dar numai 52% fac acest lucru și cu produsele de baie.
- În UE, mai mult de 67% din consumul de energie per gospodărie este reprezentat de încălzirea casei.
- 84% dintre oameni au demonstrat că susțin energia regenerabilă.
- O treime din energia electrică folosită în Regatul Unit, în 2018, a provenit din surse regenerabile.
- Peste 25% din gunoiul zilnic ar putea fi dus la compost.

- Un zbor de transport de marfă pe distanță scurtă, din Londra la Edinburgh, produce mai mult CO_2 decât valoarea medie a emisiei anuale a unei persoane care trăiește în Uganda sau Somalia.
- O gospodărie obișnuită spală rufe cam de 400 de ori pe an, consumând circa 51 103 litri de apă. 90% din energia folosită pentru fiecare spălare este întrebuințată pentru încălzirea apei. Doar 10% din energia totală este folosită, de fapt, pentru funcționarea motorului.
- În SUA, în fiecare an sunt aruncate peste 2 miliarde de aparate de ras din plastic.
- Un copil folosește între 4 000 și 6 000 de scutece înainte să învețe să folosească olița, iar costul pentru bugetul familiei se apropie de 750–1 000 de lire.

Casa

O casă prietenoasă cu mediul ar putea fi o casă proiectată să fie sustenabilă, cu accent pe consumul eficient de energie, apă și materiale de construcție. Acasă este locul unde îți petreci cea mai mare parte din timp, așa că acela este locul unde poți începe să contribui la o viață sustenabilă, cu un efort oricât de mic. De la produsele pentru curățenie pe care le folosești, la cât de des pui rufe la spălat, cum poți face compost, cum îți decorezi casa, cum să fii responsabil față de natură, să ai o atitudine eco înseamnă să economisești bani și să ajuți planeta.

Efectul produselor de curățenie

Este esențial pentru siguranța ta și a casei tale să fii conștient de ingredientele conținute de produsele de igienă personală și

produsele pentru curățenie. Ca să avem o planetă mai curată, putem începe simplu, cu o curățenie la noi acasă. Când îți pui mâncarea pe blatul de la bucătărie, când îți așezi periuța de dinți pe marginea chiuvetei, probabil că amândouă vor prelua resturi de la ultimele produse de curățenie pe care le-ai folosit. Ai citit vreodată ingredientele din înălbitori, spray-urile pentru curățarea suprafețelor sau soluțiile pentru curățat geamurile? Majoritatea conțin chimicale deosebit de toxice, care pot provoca iritații ale pielii, reacții ale organelor interne și o mulțime de alte probleme. Mai mult, sute de miliarde de astfel de produse obișnuite sunt vândute în sticle de plastic de unică folosință.

SOLUȚIE DE CURĂȚAT FĂCUTĂ DE TINE

Acasă ar trebui să fie un loc sigur pentru tine și familia ta, așa că, dacă nu-ți place gândul că spațiul tău sigur este presărat cu chimicale toxice, poți să-ți prepari propria soluție de curățat non-toxică și cu adevărat „bună la toate". Rețetă mai simplă nici că există.[1]

Ai nevoie de:

- O sticlă cu pulverizator
- Apă
- Oțet alb sau oțet de mere
- Ulei esențial parfumat (opțional)

Umple sticla pe jumătate cu apă; completează restul cu oțet. Adaugă 15-20 de picături de ulei esențial pentru parfum. Pulverizează.

Oțetul de mere sau oțetul alb, bicarbonatul de sodiu și coaja de citrice, toate funcționează perfect pentru curățarea obiectelor din casă.

Cumpără produse de curățat prietenoase cu mediul

Dacă ți se pare prea greu să-ți prepari propria soluție de curățat, atunci susține și cumpără de la companii ca Method UK, cea mai mare companie din lume de produse pentru curățenie obținute din plante. Este ușor să cumperi online de la ei, ingredientele lor biodegradabile sunt eficiente la scos pete (inclusiv de vin). Soluțiile sunt ambalate în recipiente 100% reciclabile și sunt testate doar pe oameni, niciodată pe animale: www.methodproducts.co.uk.

Start-up-ul Blue Land revoluționează produsele de curățenie ca să elimine obiectele de unică folosință din plastic și substanțele chimice toxice. Chiar dacă deocamdată se găsesc doar în SUA, firma se extinde rapid. Felul în care funcționează sistemul lor de reumplere este următorul: cumperi o sticlă de folosință îndelungată, care nu curge, nu se sparge și nu conține BPA. Umpli sticla cu apă de la robinet, apoi pui în ea o tabletă de curățare și cureți.

Când soluția de curățare se termină, pur și simplu torni din nou apă în sticlă și adaugi o altă tabletă, și gata. Blue Land promovează curățenia circulară: www.blueland.com.

Ai putea fi atent și la ceea ce folosești ca să ștergi suprafețele cu soluția ta alternativă de curățare. Mari cantități de prosoape de bucătărie sau șervețele? Sau șervețele umede, antibacteriene? În niciun caz! Este cel mai rău lucru pe care îl poți face, pentru că pur și simplu creezi inutil deșeuri care vor ajunge la groapa de gunoi. Prosoapele din microfibră de la supermarket sunt pline de plastic și nu sunt reciclabile, iar dacă le speli, bineînțeles, vor elibera microplastice în rezervele de apă potabilă. Așa că, hai să vedem, care este cea mai bună alternativă?

- Cumpără cârpe din bumbac.

- Rupe hainele vechi din bumbac care nu pot fi donate și transformă-le în cârpe de curățat.
- Ai lenjerie de pat veche pe care nu o mai utilizezi? Folosește-o la curățat.

Ghid eco pentru spălarea rufelor

Într-o gospodărie obișnuită, în fiecare an sunt spălate aproape 400 de mașini cu rufe, care consumă 51 103 litri de apă. Aproximativ 90% din energia electrică utilizată de o mașină de spălat obișnuită este folosită numai pentru încălzirea apei și doar 10% din energie este întrebuințată pentru a pune în mișcare motorul. Și, se pare, doar 40% din hainele pe care le punem în mașina de spălat sunt murdare. Și-atunci, cum facem să nu mai fim risipitori atunci când spălăm rufele?

Noi, oamenii, tindem să punem la spălat o haină pe care am purtat-o doar o dată pentru că ne gândim că așa ar trebui, pentru că așa am fost învățați toată viața să facem. Mulți dintre noi au chiar groaznicul obicei de a pune la spălat doar câteva lucruri, cu un ciclu complet de spălare. Studiile arată că poți să economisești în jur de 45 de kilograme de dioxid de carbon per gospodărie în fiecare an dacă pornești mașina de spălat doar când este plină.

Spălarea la temperaturi înalte și ciclurile de uscare consumă și ele cantități uriașe de apă și energie. Dacă îți cumperi o mașină de spălat certificată ecologic, cu consum redus, ai putea economisi 26 497,88 litri de apă pe an. Pe parcursul celor aproximativ 11 ani de funcționare ai unei mașini de spălat, asta înseamnă echivalentul apei pe care o beau 6 oameni pe tot parcursul vieții lor.[2] Majoritatea mașinilor de spălat au programe eco, așa că încearcă să folosești opțiunea aceea când speli – chiar dacă spălarea va dura mai mult.

În ceea ce privește consumul de energie, programează mașina la 30 de grade Celsius. Dacă renunți la uscător, mai economisești niște bani pe care altfel i-ai da pe factura de electricitate. Poate că un suport de rufe sau agățarea rufelor afară, la uscat, sună demodat, dar așa poți economisi până la 320 de kilograme de dioxid de carbon și, în plus, hainele tale se vor uza mai lent.

Sute de mii de microfibre din plastic sunt deversate în apă de fiecare dată când spălăm, așa cum am explicat în **Capitolul 3**, iar ele conțin materiale precum nailonul, poliesterul și acrilicul. Toate ajung în apa pe care o bem și în cele din urmă se scurg în ocean și sunt consumate de viețuitoarele marine. Ca să privim problema fibrelor de plastic în perspectivă, un oraș de dimensiunile Berlinului ar putea fi răspunzător pentru aruncarea în ocean a echivalentului a 540 000 de sacoșe de plastic.[3]

Este o nebunie, dar câtă vreme filtrele de microfibre pentru mașinile de spălat se află încă în faza de proiect, cea mai viabilă soluție pe care o ai, alta decât să folosești doar textile non-sintetice, este să-ți cumperi o sacoșă de spălat din plasă, adică o sacoșă Guppy.

În final, detergenții din comerț pentru rufe și înălbitorii pe bază de clor conțin o mulțime de chimicale nocive, care pot fi extrem de toxice pentru pielea ta și îți pot afecta sistemul respirator. Poți să-ți faci propriul detergent sau poți încerca să cumperi un produs prietenos cu mediul, oricând este posibil.

Iată o recapitulare și câteva trucuri:

- Poartă hainele de mai multe ori.
- Folosește detergenți mai prietenoși cu mediul și mai siguri. De exemplu, produse de la Smol, care au unele dintre cele mai concentrate capsule pentru spălat rufe din lume. Toate sunt din plante și destul de mici ca să-ți poată fi livrate direct în cutia poștală. Funcționează și ca un serviciu de

subscripție și te pot ajuta să economisești până la 50% din prețul detergentului tău obișnuit: www.smolproducts.com.
- Programează mașina la 30 de grade Celsius sau chiar mai puțin.
- În loc de balsam de rufe, pune înăuntru o cană cu oțet. pH-ul oțetului ajută la neutralizarea pH-ului apei de spălare și îți face rufele catifelate.
- Spală de mână articolele vestimentare delicate.
- Dacă locuiești într-un oraș mare, cosmopolit, du-te la spălătoria automată. Mașinile de spălat și uscătoarele comerciale tind să fie mai eficiente decât variantele de uz casnic.
- Renunță de câte ori poți la uscător și usucă-ți hainele la aer.
- Economisește mai multă energie călcând hainele doar când trebuie neapărat. (Serios, din facultate și dinainte să intru în activismul de mediu, refuzul de a călca hainele a fost una dintre politicile vieții mele.)
- Încearcă spray-uri noi, cum este Day 2, primul șampon uscat din lume pentru haine, ca să-ți împrospătezi îmbrăcămintea cum faci și cu părul. Day 2 te ajută să nu mai speli exagerat de mult și te ajută să economisești mii de litri de apă pe an.

Compostul

„Informația este precum compostul; nu face bine, dacă nu o răspândești."

Eliot Coleman

Compostul este în esență modul naturii de a recicla prin descompunerea gunoiului organic. Presupune descompunerea

deșeurilor organice în sol, odată cu trecerea timpului, datorită căldurii și a viermilor. Compostul este descompus cu ajutorul bacteriilor din amestec, vietăți cum sunt viermii și melcii, și a căldurii. Produsul final este o substanță întunecată, sfărâmicioasă, cu miros de pământ.

În **Capitolul 4** am vorbit despre emisiile de carbon legate de producerea alimentelor. Așa cum am văzut, aruncarea lor nu înseamnă doar risipă de bani, ci și un rău făcut planetei, mai important decât realizează cei mai mulți dintre noi. Ca indivizi, acasă, jucăm unul dintre cele mai mari roluri în această chestiune. În Regatul Unit, peste două treimi dintre adulți habar n-au că risipa alimentară contribuie la schimbarea climatică, în timp ce un procent și mai mare (81%) nu știu că o treime din toată mâncarea din lume ajunge la gunoi.[4] Majoritatea celor care gătesc rămân de fiecare dată cu o mulțime de resturi de la prepararea mâncării, sau aruncă mâncarea pe care nu au consumat-o din cauza datei de expirare. Chiar dacă risipa de mâncare naturală, cum sunt fructele și legumele, este biodegradabilă, din păcate nu se va biodegrada sau descompune așa cum ar trebui într-o grămadă obișnuită de gunoi – are nevoie de condiții specifice, cu mult oxigen și căldură.

Să pui la compost pare complicat, dar nu este așa. Și este un obicei minunat, pentru că excesul de mâncare nu mai ajunge în groapa de gunoi și în acest fel reduci emisiile de metan (amintește-ți că metanul este mult mai rău decât dioxidul de carbon). Compostul este folosit mai ales ca să menții solul și plantele în stare bună și reduce nevoia de îngrășăminte chimice.

Bun, s-ar putea să pară că trebuie să trăiești într-o fermă, undeva la țară, ca să poți să pui resturile la compost, să ai mult pământ, animale și oxigen ca să obții reacțiile chimice necesare. Există totuși un mod mai simplu și este perfect realizabil, chiar dacă stai într-un apartament mic, în mijlocul unui oraș.

Compost acasă sau în altă parte

Mai întâi, trebuie să decizi dacă îți vei putea folosi propriul loc de compost sau îl vei folosi pe al altcuiva, cum ar fi cel pus la dispoziție de autoritățile locale:

Opțiunea 1: pune pe cineva s-o facă în locul tău. În Regatul Unit există câteva organizații și companii care îți pot lua resturile menajere pentru a le transforma în compost în locul tău. Asta funcționează pentru oricine locuiește într-un oraș sau zonă urbană intens populată și nu are atât de mult loc în curte încât să pună gunoiul la compost.

Verifică la consiliul local – s-ar putea să ofere ei astfel de servicii. Dacă nu, caută pe cineva din piața de alimente, ar trebui să găsești pe cineva dispus să-ți ia de pe cap grămezile de resturi de mâncare. Dacă niciuna dintre aceste variante nu funcționează, pur și simplu caută pe Google. Unele firme colectează, altele s-ar putea să-ți ceară să-l duci tu undeva anume, în apropiere. Este posibil ca, în funcție de firmă, lista articolelor acceptate pentru compost să varieze, așa că citește atent regulamentul lor.

Depozitarea compostului

Cum îți vei depozita deșeurile până vine ziua de colectare? Dacă folosești un sistem pentru compost în afara casei, depozitează deșeurile neprocesate (cum sunt cele din lista următoare) în congelator, fie într-un recipient etanș, fie într-un castron sau o pungă de hârtie. Congelatorul va opri mirosul resturilor și va preveni orice scurgere – este de departe cea mai bună metodă prin care să-ți colectezi toate deșeurile pentru compost. Dacă ai propriul loc pentru compost, folosește un coș de gunoi cu capac pe care să-l duci în fiecare zi. Oricând gătești sau mânânci fructe,

obișnuiește-te să pui resturile în containerul pentru compost sau în castronul din congelator.

Opțiunea 2: compost în grădină. Din apartamentul meu micuț din Londra, n-am făcut niciodată asta. Dacă ești într-adevăr interesat, te încurajez să explorezi mulțimea de informații online despre ce se poate pune la compost. Dar dacă vrei doar noțiuni de bază, iată care este cea mai simplă metodă. Cumpără o pubelă pentru compost (mai bine două). Chiar dacă sunt din plastic, este mai bine așa decât să faci o grămadă mare în grădină, pentru că o să atragi șobolani sau alte animale sălbatice, din cauza conținutului mare de mâncare din compost. Pune-le în grădină, apoi pune toate resturile neprocesate de alimente în cutie, plus gunoaiele de la grădinărit (râmurele, ierburi smulse și așa mai departe) și lasă-le să se descompună – vara va dura mult mai puțin, datorită căldurii. Dacă ai două pubele, o poți folosi pe cealaltă în timp ce conținutul primei pubele fermentează. Pământul care rămâne printre buruienile smulse se va adăuga amestecului și va introduce microbi, insecte și bacterii, care vor grăbi procesul. Poți să cauți pe internet care este cea mai bună metodă să faci compost, dar oricum, probabil vei obține un compost care nu-i rău deloc chiar și urmând regulile acestea simple. Nu pune niciodată mâncare gătită în pubela de compost.

Ce poți pune la compost?

Trebuie să știi ce se poate pune la fermentat și ce nu. Lista nu este exhaustivă și fiecare grămadă de compost va avea ingrediente diferite. Ține minte: nu pune decât materiale crude la fermentat.

- Orice fel de resturi de fructe sau legume
- Semințe
- Cereale

- Coji de ouă
- Zaț de cafea și frunze de ceai vrac
- Vin vechi (este făcut din struguri)
- Hârtie
- Frunze și resturi de la grădinărit, cum sunt iarba și buruienile pe care le-ai cosit

Cum rămâne cu baia?

În Regatul Unit, 90% dintre oameni susțin că reciclează regulat ce rămâne de la bucătărie, dar numai 52% fac asta și cu articolele de baie, conform organizației Reciclează Acum. Ai aruncat vreodată fără să te gândești o rolă de la hârtia igienică, o sticlă de parfum, un tub de fond de ten sau o periuță din plastic? Eu da. Este foarte derutant, pentru că nici măcar brandurile care vând produsele nu ne spun ce să facem cu ambalajele și multe nici măcar nu au simbolul de reciclare pe ele. Unele dintre cele mai des întâlnite greșeli pe care le faci în baie sunt notate mai jos și este ușor să le eviți.

Salvează copacii și cumpără hârtie care nu este făcută din ei

Hârtia ta igienică obișnuită este de cele mai multe ori înălbită și ambalată în folie de plastic, lucru care o face să conțină multe substanțe toxice și să fie nereciclabilă. Mare parte din hârtia igienică este făcută în continuare din copaci. Nu numai că-i tăiem, dar mai și folosim o cantitate enormă de energie și apă ca să ne curățăm corpul și suprafețele din casă. Iată câteva alternative:

- Hârtia din bambus, provenită din păduri de bambus, este o alternativă sustenabilă pentru hârtie. Bambusul consumă

mai puțină apă ca să crească, generează mai mult oxigen și absoarbe mai mult dioxid de carbon din aer decât copacii, fiind cea mai ușor regenerabilă sursă de material vegetal disponibilă din lume, pentru diverse produse.

- Cumpără online de la branduri precum *Who Gives A Crap*. Serviciul lor de livrare este foarte comod. Și-au început afacerea după ce au aflat că 2,3 miliarde de oameni din lume nu au acces la o toaletă. Asta înseamnă cam 40% din populația totală de pe glob, iar aproximativ 289 000 de copii sub cinci ani mor în fiecare an din cauza bolilor provocate de proasta calitate a apei și a condițiilor sanitare. În zilele noastre, nu doar că hârtia igienică și prosoapele de hârtie produse de acest brand ne utilează baia fără să facă rău copacilor, întrucât sunt făcute din bambus, ci în plus compania donează 50% din profitul său pentru construirea toaletelor și îmbunătățirea condițiilor sanitare în țările în curs de dezvoltare.[5] *Uk.whogivesacrap.org*

Periuțele de dinți din plastic

Numai în Statele Unite, peste un miliard de periuțe de dinți din plastic sunt aruncate în fiecare an. Fii prietenos cu generațiile viitoare și treci la periuțe din bambus sau la o periuță electrică. Periuțele din bambus sau lemn provin din surse sustenabile, dar te rog să citești și textul scris cu litere mici pe ambalaj, pentru că adesea perii sunt din plastic. Verifică dacă aceștia chiar sunt biodegradabili.

Pasta de dinți

Apar multe inovații care îți oferă pastă de dinți fără plastic, sub formă de pastă în borcane din sticlă sau sub formă de tablete. De exemplu, există un mod complet natural de a înlocui pasta

pe care ai folosit-o până acum. „Bite" este făcută din ingrediente vegane, precum uleiul de cocos și xilitolul, cu proprietăți naturale de albire a dinților. Trebuie doar să pui pe limbă o tabletă de fiecare dată când te speli pe dinți. Sunt livrate în borcane din sticlă care pot fi reumplute și reciclate.

Aparatele de ras

În Regatul Unit, în 2018, aproximativ 5,5 milioane de oameni au folosit, în medie, mai multe aparate de ras de unică folosință. O variantă simplă de înlocuire ar fi să folosești aparate de ras din metal, în loc de aparate din plastic.

Săpunurile

Renunță la toate săpunurile lichide, la șampoane și așa mai departe. Fie cumpără vrac, să poți turna în propriile recipiente, fie caută variante solide, pentru a reduce poluarea cu plastic.

Reciclează

Spală toate recipientele din sticlă înainte să le arunci. Majoritatea tuburilor de spray, odată ce au fost golite (mai puțin cele de fixativ), sunt reciclabile. Trebuie doar să le scoți capacul și să le pui în sacoșa de reciclat pentru cutii de metal.

Energie inteligentă

Un viitor în care aproape toată electricitatea pe care o folosim să provină de la vânt, valuri și soare nu este chiar un scenariu de neimaginat. În Regatul Unit, în ultimii șase ani, am crescut

cantitatea de energie regenerabilă de la 7% la 25%. Tehnologia se dezvoltă rapid peste tot în lume, făcând costurile să scadă fulgerător. Miliarde de dolari sunt investiți în surse de energie regenerabilă. Din 2009, la nivel global, costurile pentru energie solară au scăzut cu 90%. Drept rezultat, publicul a demonstrat că vrea să folosească mai mult energie regenerabilă, iar 84% dintre gospodăriile britanice s-au arătat dispuse să susțină energia regenerabilă.

VARIAȚIILE DE TENSIUNE

Rețeaua națională din Regatul Unit este obișnuită să gestioneze variațiile și căderile de tensiune apărute din cauza consumului de electricitate. De-a lungul unor zeci de ani, pe măsură ce populația a crescut și au fost construite mai multe case, ai crede că s-a pus mai multă presiune pe sursele de energie. De fapt, în 1990, în pauza meciului din semifinala Campionatului Mondial la Fotbal, milioane de fani și-au făcut ceai. Asta a provocat cel mai mare consum de energie de până acum, cu un maxim de 2 800 de megawați.[6]

Rețelele sunt îmbunătățite în mod constant, astfel încât să facă față cererii și ofertei, iar prin schimbările eco pe care le faci la tine acasă vei putea economisi o grămadă de bani. În alte părți ale lumii, din Africa de Sud până în California și Chile, eolienele și panourile solare sunt în prezent cele mai ieftine surse noi de energie electrică. Monitorizarea meteo în Regatul Unit este atât de inteligent făcută încât britanicii nu vor rămâne fără curent electric acasă, chiar dacă nu mai bate vântul sau nu este soare. Obiectivul de 15% de energie regenerabilă pentru 2020 setat

de guvernul britanic a fost larg criticat, mulți oameni acuzându-l că nu se implică destul. Dar suntem în drept să criticăm când nici măcar nu știm ce posibilități ne rezervă viitorul? Un studiu a arătat că este posibil ca sistemul energetic din Regatul Unit să ajungă regenerabil în proporție de aproape 90% până în 2030, electrificând 25% din sistemul de încălzire și incluzând peste un milion de mașini electrice în trafic. Dar asta numai dacă putem scădea cererea pentru încălzire cu aproape 60% în următorii 15 ani – iar asta este o mare provocare.[7] Ca să atingem obiective atât de înalte în Regatul Unit și în lume, va fi nevoie de o asumare comună a responsabilității și de investiții uriașe.

Fiecare proprietar sau chiriaș din Regatul Unit și din lume, chiar și cei care locuiesc în clădiri foarte vechi, are la dispoziție o mulțime de tehnici ca să-și transforme proprietățile în clădiri mai prietenoase cu mediul.

Îmbunătățește-ți sistemul de iluminat din casă

În Regatul Unit, becurile incandescente au fost scoase din uz în 2009, datorită regulamentelor UE, pentru că au fost considerate neprietenoase cu mediul. Deși multă lume prefera lumina caldă dată de becurile incandescente, 95% din energia pe care o consumau era transformată în căldură, nu în lumină. Acestea au fost înlocuite cu becuri LED și becuri fluorescente, care sunt mult mai eficiente din punct de vedere energetic. Nu numai că necesită mult mai puțină energie, dar majoritatea au și o durată mai lungă de viață. Becurile LED, în plus, nu conțin mercur. Până la urmă, un singur bec cu consum redus de energie, care costă în jur de 1 liră, poate economisi, pe o perioadă de șase ani, 250 de kilograme de CO_2 – echivalentul unui zbor scurt.[8]

Investește în aparatură electrică eficientă energetic

Când este momentul să îți reinnoiești electrocasnicele mari, cum sunt frigiderul, mașina de spălat, uscătorul de rufe și televizorul, alege modele mai eficiente energetic, ceea ce în mod normal este atestat prin simbolul Energy Star de pe ambalaj. Alege-le pe acelea, de fiecare dată când este posibil. Electrocasnicele cu consum mare de energie cresc cantitatea de emisii de carbon și alte deșeuri rezultate din funcționarea centralelor energetice, ceea ce duce în cele din urmă la creșterea nivelului de deșeuri toxice, poluarea aerului și a apei.[9]

Energia verde

După 5 minute petrecute pe o platformă cum este uSwitch poți să treci la un furnizor de energie verde, fără să ai întreruperi de curent. Alegând tariful verde, îți manifești susținerea și te alături mișcării pentru energie regenerabilă.

Decorațiunile pentru casă

Trecem mai departe, de la diferitele treburi domestice, la stilul de viață. Fie că ești gazda unei petreceri aniversare, a unei cine cu prietenii sau vrei să pui niște decorațiuni de Crăciun, cea mai bună metodă ca să poți apoi să faci curățenie ușor și să cheltuiești puțin este să mergi pe un stil mai simplu. Simplu nu înseamnă în niciun caz plictisitor – înseamnă doar că renunți la decorațiunile stridente, la o liră bucata, zorzoane și jucărioare cu luminițe. Pentru Dumnezeu, nu ai de ce să blochezi spațiul tău de depozitare îngrămădind în el o mulțime de decorațiuni pe care le folosești doar o dată sau de două ori pe an. În schimb,

revino la Mama Natură și folosește mai multe materiale naturale, organice, care vor da casei tale un aspect cochet.

- Folosește materiale naturale pentru decorat. Alege crenguțe, flori, fibre 100% organice. Umple câteva borcane din sticlă cu bețe de scorțișoară, conuri de brad și frunze uscate.
- Caută lumânări de ceară produse sustenabil, ca să creezi o atmosferă specială.
- Dacă nu ai deja un brad din plastic pe care îl poți folosi în continuare, cumpără un brad adevărat, anul acesta. Dacă nu au niciun loc în care să-l poți replanta, în majoritatea comunităților există variante de reciclare, unde brazii vor fi folosiți pentru diferite proiecte. Orice ai face, încearcă să eviți să-l lași să ajungă la groapa de gunoi. Unele consilii locale oferă un serviciu special de colectare a brazilor. Aceștia sunt o resursă regenerabilă frumoasă.
- În caz că nu vrei să mergi pe varianta naturală, dar vrei să-ți decorezi bradul de Crăciun sau alte zone din casă, caută decorațiuni second-hand, fie online, fie în magazinele vintage.
- Folosește mai puține luminițe, dacă energia nu provine de la un panou solar sau altă formă de energie regenerabilă. Luminițele sunt frumoase, dar consumă o grămadă de energie, așa că dacă n-ai neapărat nevoie de ele, măcar folosește mai puține – factura ta de electricitate îți va mulțumi.
- Aceleași principii se aplică în cazul petrecerilor costumate, cum este cea de Halloween. Majoritatea costumelor conțin foarte mult plastic, sunt scumpe și sunt purtate doar de câteva ori. Încearcă să combini hainele pe care le ai deja cu articole de la magazinele de caritate și fă schimb cu prietenii, sau fă din costumat o activitate amuzantă pentru copiii tăi și confecționați-vă singuri îmbrăcămintea, acasă, din lucruri pe care deja le aveți.

Un bebeluș natural

Cea mai importantă decizie pe care mulți dintre noi trebuie să o ia este dacă să facă sau nu un copil. Instinctul de reproducere este străvechi, dar există și perspectiva surprinzătoare că a avea un copil este, pentru natură, cel mai distrugător lucru pe care îl poți face. În epoca schimbărilor climatice, numărul de familii care consideră că a nu face copii este o decizie morală este un subiect de discuție în sine. În lume au loc în medie 360 000 de nașteri pe zi – adică 250 de copii pe minut.

Impactul pe care un copil îl are asupra mediului depinde și de locul în care trăiești. Amprenta de carbon a unui copil născut în SUA, de exemplu, este de 160 de ori mai mare decât cea a unui copil născut în Bangladesh.

În Europa, copiii au emisii cam ca și media globală, iar în Regatul Unit emisiile pentru o persoană obișnuită sunt în jur de 5,8 tone. Dacă aștepți un copil sau ai deja copii, mai ales preșcolari, integrarea sustenabilității în viața ta trebuie să fie simplă și sănătoasă, căci deja cei mici îți solicită toată atenția.

Chiar dacă poate știrile despre climă nu te împing să-ți refaci planurile familiale, sper că unele informații din această carte te vor motiva să adopți câteva schimbări în stilul de viață al familiei tale, pentru a-ți reduce impactul asupra mediului.

Să fii un părinte conștient de problemele climei poate include grija pentru a alege produse organice de calitate, căutarea unor întrebuințări noi pentru obiectele pe care le ai deja, folosirea unor articole pentru ceilalți copii sau donarea lor către cazurile sociale. În acest fel, amprenta de carbon a copilului tău nu va fi foarte mare. Este important să crești copii bine informați și motivați să lupte pentru progresul politicilor în ceea ce privește schimbarea climatică și drepturile omului.

Scutecele

Un copil folosește între 4 000 și 6 000 de scutece înainte să învețe să folosească olița, iar costul pentru bugetul familiei se apropie de 750–1 000 de lire pentru acești chiloți nereciclabili, care au nevoie de mai mult de 500 de ani ca să se descompună la groapa de gunoi, în timp ce generează o grămadă de emisii de CO_2. Prin comparație, copiii au nevoie de aproximativ 20–25 de scutece refolosibile. Scutecele refolosibile sunt mai ieftine, pot fi păstrate pentru următorii copii, donate prietenilor sau persoanelor fără posibilități materiale, așa că impactul lor asupra mediului este mult mai scăzut.

Un scutec refolosibil sună puțin înspăimântător, dar foarte mulți oameni încep să le folosească, progresiv, din momentul în care devine mai convenabil să facă asta. Scutecele trebuie spălate la fiecare două-trei zile cu apă fierbinte, după ce arunci mai întâi conținutul la toaletă.

Cel mai sustenabil tip de scutec este o inovație recentă a Luisei Kahlfeldt, cunoscut drept scutecul sumo și este fabricat complet dintr-un material din iarbă de mare și eucalipt, numit SeaCell. Materialele sunt recoltate sustenabil și sunt ușor de reciclat după folosire, fără să fie nevoie să îl dezasamblezi. Materialul textil este antibacterian și bogat în antioxidanți, așa că este bun pentru pielea copilului. Dacă scutecele sustenabile nu sunt pentru tine, caută branduri care fac scutece de unică folosință, dar care încep să facă efortul de a-și reduce impactul asupra mediului, folosind materiale din surse sustenabile sau reducând consumul de apă și energie în procesul de fabricație.

Șervețelele umede pentru bebeluși

Deși pe moment îți fac viața ușoară, șervețelele umede sunt un dezastru. Durează sute de ani până se descompun și adesea

ajung în canalizare și apoi în oceane. Renunță la cele de unică folosință și folosește șervețelele din pânză, reutilizabile, sau taie articole mai vechi din bumbac fin și refolosește-le.

Hainele

Copiii cresc incredibil de repede și nu prea își pot da cu părerea despre ceea ce poartă. Dacă vrei să cumperi haine noi, încearcă să alegi haine făcute din fibre naturale, de la branduri etice, sau folosește haine second-hand. Dacă ai deja o grămadă de haine de bebeluș acasă și nu le mai folosești, dă-le mai departe cuiva din familie sau din cercul de prieteni sau donează-le.

Alăptatul

Alăptarea este remarcabil de ecologică, de fapt a fost numită cea mai ecologică hrană disponibilă pe Pământ. Produce zero deșeuri, zero gaze de seră și are zero consum de apă. Dacă alăptatul este o opțiune în familia ta, vei economisi cantități considerabile de apă și energie, necesare producerii laptelui praf.

Jucăriile

Învață copiii să prețuiască experiențele mai mult decât obiectele.

Călătoriile: rușinea de a zbura

De la a mânca mai puțină carne la a folosi mai puțin plastic, am văzut în câte feluri ne putem reduce amprenta de carbon – cantitatea totală de emisii de gaze de seră pe care o producem prin acțiunile noastre. Gazele de seră sunt gaze din atmosferă care

contribuie la încălzirea globală și schimbarea climatică, și cu toate că știm că aproape orice aspect al vieții noastre are o amprentă de carbon, mare parte din ea este generată de transport, care include mașinile și trenurile – dar de departe cea mai mare sursă este transportul aerian.

Poate că citești asta și tu n-ai zburat vreodată și nici nu plănuiești să o faci, sau poate preferi călătoriile lungi și folosești transportul feroviar în vacanțele de vară. Dacă este așa, este minunat, deoarece produci cu până la 90% mai puține emisii de carbon fiindcă nu zbori cu avionul.

În acest moment, zborurile sunt responsabile pentru 2,5% din producția globală de dioxid de carbon și întrucât avioanele zboară mai aproape de atmosferă, creează mai mult rău decât transportul terestru. Este o cifră pe care chiar și industria respectivă o acceptă, dar, în realitate, oamenii de știință țin de fiecare dată să sublinieze că asta este numai o jumătate de adevăr, deoarece aviația emite și oxid de azot, vapori de apă și microparticule care au la rândul lor un impact asupra încălzirii globale.

O combinație a tuturor lucrurilor spuse mai sus face avioanele să fie atât de poluante. Deși autoritățile încearcă să pună presiune pe companiile aeriene pentru a-și reduce impactul, cererea pentru călătorii cu avionul crește rapid. La scară macro, industria aerului joacă un rol uriaș în asigurarea transportului de bunuri. Lanțurile globale de aprovizionare, de la alimente la transportul medical, și de intervenție urgentă depind enorm de avioane, care sunt cele mai rapide mijloace de transport. Transportul aerian acoperă în jur de 0,5% din totalul transporturilor comerciale mondiale, dar ca valoare este peste 35%, deoarece obiectele trimise pe calea aerului sunt dintre cele mai scumpe, de exemplu mâncarea perisabilă sau articolele cu termen mic de valabilitate. Atât pentru uz personal cât și pentru uz comercial,

peste 65 de milioane de locuri de muncă sunt generate de aviație și au legătură cu industria turismului. Printre ele, peste 10 milioane de oameni lucrează direct în industria aviatică[10], așa că aceasta nu este o industrie ce va dispărea prea curând.

Ar putea călătoriile să devină prietenoase cu mediul?

Pe măsură ce crește gradul de conștientizare a nevoii de a ne reduce amprenta individuală de carbon ca să oprim catastrofele climatice, industria aeriană este constant presată să găsească soluții eco. Pentru ca transportul să devină mai ecologic trebuie impuse reguli mai stricte în sectorul privat, întrucât progresele în sectorul aero sunt relativ mici și costisitoare.

Avioanele cu reacție care funcționează în zilele noastre sunt, cu toate acestea, cu mult peste 80% mai eficiente decât primele avioane din anii 1960, în ceea ce privește consumul de combustibil per kilometru. Deși nu putem aștepta încă 60 de ani pentru astfel de progrese, trebuie să avem încredere în omenire și în cei care lucrează în industrie că inovația și progresul sunt posibile. Companiile contează pe o nouă generație de avioane, mai puțin poluante. Tehnologii noi, cum sunt avioanele electrice și folosirea biocombustibililor, care ar putea reduce efectul zborurilor asupra mediului, sunt în proces de dezvoltare. Dar acesta este un proces relativ lent, care cere o mulțime de teste de siguranță. Unele linii aeriene încearcă să crească eficiența pe termen scurt reducând greutatea pe care o poartă fiecare zbor, acceptând mai mulți pasageri și reducând distanțele. Timpul nu este de partea industriei aviatice și, până acum, câteva dintre soluții nu rezolvă decât o parte din problemă, iar călătoriile aeriene rămân greu de purificat.

Pe măsură ce tensiunea dintre cererea pentru călătorii aeriene și creșterea îngrijorării pentru schimbările climatice se intensifică și creează nesiguranță în industrie, ONU lucrează la stabilirea unui cadru pentru liniile aeriene, care să le scadă contribuția la schimbările climatice, la scară largă. De curând, liderii marilor companii aeriene au recunoscut public provocările cu care se confruntă și au acceptat că industria nu evoluează în ritmul în care ar trebui. Un lucru este sigur, discuția trebuie să arate faptul că, în timp ce din punct de vedere moral o schimbare este necesară, ea poate aduce și noi oportunități de afaceri. Dacă am putea demonstra cumva că transportul ecologic este mai avantajos pentru o companie aeriană, s-ar putea să asistăm la progrese semnificative în timpul vieții noastre.

Avioanele conectează oamenii de locuri și oportunități și sunt atât de multe beneficii incredibile care vin din a putea vedea alte zone ale lumii și a cunoaște culturi diferite. Dar chiar este necesar să călătorim atât de mult, sau numărul zborurilor noastre este indus de o industrie care promovează un stil de viață? Pe lângă costul scăzut artificial al biletelor de avion, este alegerea noastră de a zbura un simbol al puterii de a consuma? Dacă zbori de plăcere sau pentru afaceri, este important să cunoști complet magnitudinea impactului pe care un singur zbor îl are asupra planetei.

- Opt sute nouăzeci și cinci de milioane de tone de CO_2 au fost produse de zborurile din toată lumea în 2018. La nivel global, toți oamenii au produs puțin peste 42 de miliarde de tone de CO_2 în același an.
- În 2018, aproape 4,4 miliarde de pasageri au fost transportați de liniile aeriene din toată lumea.

- O singură călătorie cu avionul, de la New York la Londra, topește până la 3 metri pătrați din gheața arctică.
- Grupul de mediu *German watch* a estimat că o singură persoană care face o călătorie dus-întors din Germania în Caraibe produce aceeași cantitate de emisii pe care o au 80 de locuitori din Tanzania într-un an întreg – în jur de 4 tone de CO_2.
- În 1945, un australian care câștiga salariul mediu pe economie avea nevoie de 130 de săptămâni ca să-și permită un bilet ieftin pentru cursa aeriană Sydney–Londra și retur. În 2009, avea nevoie de numai 1,7 săptămâni.[11]

O altă statistică ciudată arată că numai 6% din populația globului a zburat măcar o dată, dar având în vedere creșterea economică și globalizarea, probabil că numărul va crește rapid. Potrivit studiilor făcute de gigantul bancar UBS, piața călătoriilor aeriene are o creștere anuală între 4 și 5%, ceea ce înseamnă că cifrele totale se dublează la fiecare 15 ani[12] și, prin urmare, cererea în creștere pentru zboruri depășește orice posibilitate de reducere a emisiilor de gaze. Dar bineînțeles că nu putem reduce emisiile refuzându-le celor care n-au zburat niciodată șansa de a zbura, nu? Și cum facem cu proiectele de expansiune a aeroporturilor în lume, cărora activiștii pentru climă li se opun atât de stăruitor?

Îți poți schimba obiceiurile?

Există variante extreme, cum este cazul Gretei Thunberg, de a călători dintr-o țară în alta doar cu trenul, de câte ori este posibil. Sau, când a trebuit să treacă Atlanticul pentru a participa la summitul pe probleme de climă de la New York și apoi la cel din

Chile, în septembrie 2019, Greta a făcut o călătorie de două săptămâni și zero emisii pe un iaht de curse fără emisii de carbon.

Te pot convinge exemple precum cel al Gretei să-ți schimbi obiceiul de a zbura sau chiar să renunți complet la zboruri?

În cele din urmă, dacă nu putem schimba sistemul, deciziile de călătorie ne aparțin fiecăruia. La nivel personal, există variante, chiar dacă nu perfecte, prin care poți contribui pozitiv, de la compensarea consumului de carbon, la reducerea deșeurilor pe care le produci în călătorii. Evită să cumperi mâncare sau alte lucruri în avion, pentru că totdeauna sunt învelite în plastic, după cum îți voi povesti mai târziu.

E important să ții cont că zborurile pe distanță scurtă, sub 500 de kilometri, sunt cele mai poluante, pentru că este nevoie de multă energie ca avionul să se ridice în aer și apoi să coboare. O călătorie tur-retur de la Londra la Paris, de exemplu, va produce 110 kg de CO_2 per avion, în timp ce una cu trenul doar 6,6 kg. Călătoriile mai scurte sunt cele mai simplu de înlocuit cu trenul sau mașina și astfel ți-ai putea reduce amprenta de carbon.

Într-un avion ești literalmente într-un tub de metal și plastic. Totul este învelit în plastic, de la pătură la tacâmuri și mâncare – chiar și minitrusele din cursele pe distanțe lungi. Acest lucru este necesar pentru a reduce prezența germenilor în interiorul navei, unde aerul este recirculat.

Dacă sau când vei zbura din nou cu avionul, privește în jurul tău pentru câteva minute și observă cât de multe deșeuri rămân de la ceilalți pasageri. De la sticle de apă din plastic, pahare de unică folosință, tacâmuri din plastic, bețișoare pentru amestecat băutura, ambalaje de mâncare – suficiente cât să-ți provoace un atac de panică. Călătoritul este ca orice alt aspect al vieții, așa că aplică în călătoria ta principiile pe care le-ai citit în această carte. Iată câteva lucruri pe care să le ții minte:

- Zboară mai rar.
- Redu numărul escalelor când este posibil și alege zboruri directe.
- Dacă zbori în interes de serviciu sau de afaceri, discuțiile video (pe Skype) ar putea fi o variantă? Desigur, uneori nimic nu poate înlocui interacțiunea față în față cu colegii sau supravegherea proiectului.
- Ia trenul sau alt mijloc de transport terestru în loc să iei avionul, mai ales în călătoriile scurte.
- Folosește bilete digitale când este posibil și evită-le pe cele printate.
- Renunță la minitrusele de toaletă din aeroporturi, exagerat de scumpe – personificarea ridicolului din ideea „de unică folosință" –, în favoarea celor reutilizabile, în care să-ți pui tu exact cât ai nevoie din produsele fără de care nu te poți descurca.
- Dacă îți este greu să strecori toate obiectele de toaletă în punga transparentă de plastic pe care ți-o dau cei responsabili cu paza aeroportului, caută o versiune solidă a acelor produse. Caută variante solide pentru orice, de la șampon, balsam, parfum solid sau pudră, la deodorate.
- Călătorește cu propria sticlă reutilizabilă de apă: majoritatea aeroporturilor au dozatoare de unde o poți umple și la fel au și multe avioane, așa că nu ezita să rogi stewardesa să ți-o umple.
- Ia cu tine și celelalte obiecte reutilizabile, cum ar fi un pahar pentru cafea și tacâmuri.
- Evită să desfaci pungile cu obiecte de toaletă din avion, folosește-le pe ale tale.
- Refuză cât poți să folosești obiecte din plastic în timpul zborului. Avioanele, mai ales zborurile cu cost scăzut, sunt pline de plastic. Spune nu.

- Adu-ți propria mâncare și mănâncă produse vegetariene/vegane la bord (ține minte că acum ești rugat să nu mănânci nuci dacă la bordul avionului este cineva care are alergie la nuci).
- Dacă faci un zbor lung, de obicei primești o pătură și o pernă ambalate în plastic – evită folosirea lor, când poți.

Reducerea amprentei de carbon

Pentru că noi nu putem controla ritmul în care se dezvoltă industria aeriană, una dintre cele mai simple căi de a reduce impactul zborurilor pe care le faci asupra mediului este să participi la scheme de reducere și compensare a carbonului. Oamenii pot contribui sau se pot revanșa pentru emisiile produse în timpul zborului sau al altui mijloc de transport susținând programe de plantare a copacilor sau proiecte pentru energie verde, acțiuni care neutralizează în oarecare măsură efectul emisiilor pe care le-au provocat.

Desigur, compensarea pentru emisia de carbon nu rezolvă problema morală a zborului și astfel ai fi mai puțin dispus să-ți schimbi comportamentul. Unii susțin că această compensare este un lux, pentru că înseamnă să cheltui bani și nu toți își pot permite să facă asta, dar și pentru că se pierde din vedere fondul profund al problemei emisiei de carbon. Emisiile de carbon înseamnă creșterea temperaturii, pe care o numim încălzire globală, precum și fenomene meteorologice extreme, care distrug fauna sălbatică și habitatele, contribuie la creșterea nivelului mării și au o mulțime de alte efecte.

Bineînțeles că, dacă nu am emite atât de multe gaze de seră, nu am avea nevoie de proiecte care să compenseze amprenta de carbon. Compensarea nu face să dispară dioxidul de carbon

produs atunci când zbori. Acesta, desigur, ajunge direct în atmosferă, dar astfel de programe pot reduce emisiile de CO_2 în altă zonă a lumii. Pentru aceia dintre noi care trebuie neapărat să călătorească cu avionul, compensarea carbonului este o formă economică viabilă și eficientă de a ne asuma responsabilitatea pentru emisiile pe care le provocăm.

Află amprenta de carbon a zborului tău

Când iei avionul, dioxidul de carbon va ajunge în atmosferă chiar dacă îl vei compensa sau nu. Compensarea este mai bună decât nimic. Sună minunat, dar puțini oameni folosesc scheme de compensare, pentru că pur și simplu nu știu că există sau nu sunt hotărâți pe care să o aleagă. Iată cum să compensezi:

- Pasul 1: calculează-ți emisiile folosind un calculator online.
- Pasul 2: alege un proiect de compensare din oferta online.
- Pasul 3: începe să-ți compensezi emisiile.

Schemele de compensare se bazează de obicei pe măsurarea tonelor de CO_2 produse de fiecare zbor pe care îl faci, cu ajutorul programelor disponibile online. Apoi investești într-un proiect care reduce nivelul de CO_2 cu o cantitate echivalentă celei produse de zborul tău.[13] Pentru cei mai mulți dintre noi, să calculezi așa ceva sună complet nefamiliar și derutant, așa că au fost dezvoltate mai multe scheme de calcul prin care să afli cât dioxid de carbon ai produs zburând. Cei mai simpli indicatori sunt câți kilometri ai zburat, deși alții ar putea lua în considerare la ce clasă ai avut bilet, ce tip de aeronavă a fost și cât de eficient folosește combustibilul, numărul de pasageri și rata de ocupare a locurilor, poate chiar și momentul din zi și condițiile meteo

din timpul zborului. Fiecare schemă de compensare a carbonului calculează diferit. Dacă faci zboruri lungi, s-ar putea să fie mai simplu să faci un tabel în care să ții evidența zborurilor dintr-o anumită perioadă, să zicem la câteva luni distanță, apoi să le compensezi pe toate odată.

Te întrebi de ce contează clasa la care ai bilet de zbor? La business sau clasa I, spre deosebire de cea economică, sunt semnificativ mai puțini pasageri, ceea ce înseamnă că spațiul este folosit mai puțin eficient.

Ce schemă ar trebui să folosești?

Deoarece companiile și organizațiile au scheme care funcționează diferit, suma pe care o plătești variază și ea, poate fi derutant modul în care acestea cer tarife diferite pentru aceeași activitate.

Dacă te gândești să plătești ca să compensezi amprenta de carbon din timpul zborului tău, cum naiba ar trebui să o faci? Online-ul este plin de companii care susțin că fac lucruri impresionante și site-uri cu poze cu păduri luxuriante și șuvoaie de apă curată, dar nu toate respectă standardele și nu toate sunt transparente cu privire la ce fac cu banii. Să cerni binele de rău nu este ușor, dar uite câteva lucruri pe care organizația Gold Standard le recomandă (Gold Standard analizează proiectele potrivit regulilor stabilite de protocolul de la Kyoto), după ce a petrecut ceva timp ca să le investigheze și certifice pe cele mai bune. Întotdeauna asigură-te că alegi să finanțezi mai degrabă un proiect anume decât portofoliul unei companii, ca să poți urmări unde ajung banii tăi și să simți că ai făcut o alegere eficientă. Unele dintre cele mai bune scheme de compensare a dioxidului de carbon au trecut de multă vreme pe proiecte legate

de energie – de la distribuirea cuptoarelor de gătit eficiente, la captarea gazului metan generat de gropile de gunoi. Astfel de proiecte din domeniul energetic sunt gândite să aibă un impact permanent, mai mare decât cel al plantărilor de copaci; în plus, ajută familiile sărace să economisească banii pentru combustibil şi să ridice calitatea aerului din casa lor.

Totuşi, cel mai simplu este să compensezi direct prin linia aeriană, când îţi cumperi biletul de zbor. Cam o treime din companiile aeriene îţi permit să plăteşti o taxă în plus peste tariful de zbor, taxă ce este donată fie către propriul lor program de compensare, fie către al altora. Schemele de compensare recomandate sunt mai degrabă pentru proiecte din domeniul energetic decât pentru cele de împădurire, de exemplu:

Climate Care (www.climatecare.org) Aceasta este o companie care are principii etice şi personal foarte implicat în practicile lor pentru natură. Au un calculator online foarte bun care te ajută să afli amprenta de carbon a călătoriei tale, nu doar a celei cu avionul, ci şi a celor făcute cu maşina, a consumului domestic de energie, a evenimentelor la care participi şi a afacerilor.

Gold Standard (www.goldstandard.org) este considerată de multe ONG-uri respectate la nivel global ca fiind organizaţia cu unul dintre cele mai riguroase standarde climatice. Asta înseamnă că fiecare liră cheltuită ca să compensezi prin ei nu numai că va compensa CO_2-ul – au în portofoliu peste 1 700 de proiecte în 80 de ţări, dintre care să alegi –, dar fiecare proiect aduce valoare pentru comunităţile locale şi ecosisteme şi contribuie într-un mod măsurabil la atingerea obiectivelor de dezvoltare durabilă.

Dacă lucrezi pentru o companie cu angajați care călătoresc frecvent, încurajează firma să deschidă o schemă de compensare ce poate fi parte din strategia de responsabilitate socială a companiei (RSC); va da bine și pentru imaginea lor.

CALCULE PERSONALE, CU AJUTORUL *CLIMATE CARE*

N-aș putea scrie asta fără să fiu complet cinstită în legătură cu propriile obiceiuri de călătorie, iar cei care mă cunosc personal pot să confirme cât de semnificativă este amprenta mea de carbon generată de zboruri. De la o vârstă fragedă, șansa de a călători mi-a deschis orizontul și mi-a oferit experiențe incredibile, care m-au format ca om. În prezent, timpul pe care-l petrec în aer este mai ales pentru muncă și afaceri, iar dacă nu cumva voi decide să-mi schimb jobul, acest timp va rămâne mai mare decât cel petrecut de o persoană obișnuită.

Iată câteva zboruri pe care le fac frecvent, majoritatea în interes de serviciu. Și îmi calculez emisiile de carbon pe site-ul climatecare.org:

Londra–Madrid și retur:
- 0,39 tone de CO_2
- 2 488,80 de kilometri parcurși
- 2,91 lire cost de compensare

Londra–Ghana și retur:
- 1,53 tone de CO_2
- 10 201,71 de kilometri parcurși
- 11,46 lire cost de compensare

Londra–Kenya și retur:
- 2,05 tone de CO_2
- 13 683,52 de kilometri parcurși
- 15,37 lire cost de compensare

Costul total de compensare pentru trei dintre rutele mele principale este de 29,74 lire. Eu aleg să susţin proiecte locale, care oferă valoare comunităţilor din ţări în curs de dezvoltare, dar şi mediului, susţinute de certificări de compensare verificate şi credite de carbon.

Câteva dintre proiectele mele preferate sunt LifeStraw Carbon for Water, care alimentează oamenii din Kenya cu apă curată de băut şi Gyapa Stoves din Ghana, care produc cuptoare eficiente energetic, ce reduc emisiile de fum dăunătoare.

6

Proba viitorului: rețelele sociale și „afacerile cu un scop"

„Închipuie-ți că pomii ne-ar oferi semnal WiFi. Am planta atât de mulți copaci că probabil am salva și planeta. Păcat că ei nu produc decât oxigenul pe care îl respirâm."

Tarun Sarathe

Rețelele sociale sunt un instrument incredibil, plin de informație, care a revoluționat industrii întregi, mai ales pe cea de marketing, cu modul în care brandurile interacționează cu consumatorii. Peste 3,4 miliarde dintre noi, în întreaga lume, folosim rețelele sociale zilnic. Limitele de timp și spațiu dispar și oamenii care gândesc la fel, precum și afacerile, sunt aduși împreună, indiferent de locul lor pe glob. Drept rezultat, nu suntem doar cea mai conectată generație, suntem și cea mai bine informată.

Nu mai avem scuza că nu știm ce se întâmplă în lumea în care trăim. Putem folosi rețelele sociale nu doar ca să aflăm despre probleme fundamentale cum este schimbarea climatică, dar și ca să ne împărtășim părerile, să ne facem auzită vocea și să obținem susținere pentru lucrurile în care credem. Dar, împletit cu puterea de informare a rețelelor sociale, există și un parazit mental ce creează o lume în care nimic nu este niciodată destul, și pe măsură ce ne străduim să obținem mai mult, nu consumăm doar resursele proprii, ci și pe cele ale planetei. Mai mult de jumătate din oamenii de pe glob folosesc zilnic rețelele sociale, iar 54% dintre ei le folosesc pentru a afla mai multe despre produse și pentru a face cumpărături. 90% dintre acești cumpărători sunt din generația milenialilor sau din Generația Z. Starea noastră interioară este modelată de felul în care arătăm pe dinafară, iar mințile noastre sunt un rezultat al mediului în care trăim.

Acest capitol studiază creșterea rețelelor sociale, comportamentul consumatorului și cum ar putea arăta viitorul „afacerilor cu un scop". Toate acestea sunt susținute de vocile a câtorva influenceri incredibil de profesioniști din lumea afacerilor și interesați de protejarea mediului, care mi-au împărtășit gândurile lor pentru acest capitol.

Rețelele sociale și lumea noastră modernă

Nu există legătură directă între rețelele sociale și schimbarea climatică. Platformele rețelelor sociale nu au contribuit neapărat la emiterea gazelor de seră, la criza de plastic sau la dezvoltarea modei rapide. Dar sunt un element fundamental în dialogul nostru despre climă, pentru că rețelele sociale nu sunt doar o

mișcare a generației Z – sunt integrate în cultura noastră și au legătură directă cu multe dintre deciziile pe care le luăm. În prezent, britanicul obișnuit petrece peste 34 de ore pe săptămână online, pe smartphone, uitându-se pe ecran, dând like, share, aruncând un ochi, în treacăt, sau răspunzând gândurilor altor oameni. Tinerii sunt atât de dependenți încât își verifică telefoanele, în medie, la fiecare 8,6 minute[1], iar mulți dintre ei spun că citesc știrile pe platformele rețelelor sociale. Putem spune atunci că rețelele sociale sunt singurele care ne modelează ideologia, convingerile și comportamentul de consumator și că ne influențează percepția asupra problemelor sociale și științifice, cum ar fi schimbarea climatică.

O primă și foarte populară definiție a rețelei sociale spunea că este „o structură online în care indivizii își folosesc profilele pentru a se conecta cu alți indivizi și a crea liste cu profilurile prietenilor"[2]. Da, asta era definiția prin 2007. Asta avea Mark Zuckerberg în minte când a construit Facebook. Platforma încă mai este, în mare măsură, aceeași care reușește să interconecteze oamenii – nimeni nu intră pe Facebook sperând să vadă reclama unei firme, dar o vor tolera dacă este personalizată și dacă aceasta oferă ceva valoare autentică.

În acest moment, reclamele și discursurile sunt scrise și rescrise în fiecare zi de cei care participă la rețelele sociale. Folosind algoritmi și inteligență artificială, anumite platforme sociale distribuie fluxuri de conținut care reflectă convingerile noastre și preferințele politice, mai degrabă decât conținut științific verificat care ne-ar putea pune la îndoială bias-urile. (Acest termen la modă a fost preluat din limba engleză și este extrem de folosit. Traducerea lui înseamnă: *preferință, înclinație, idee preconcepută. – n.r.*) Anumite companii chiar s-au specializat pe folosirea imorală a rețelelor sociale, sub masca „engagement-ului"

(adică, numărul de acțiuni întreprinse de utilizatorii rețelelor într-o unitate de timp), încercând să ne zăpăcească mințile cu știri false și titluri ațâțătoare. Engagement-ul nostru determină tipul de conținut pe care îl vom vedea mai departe. Acesta este, probabil, momentul în care noi, ca indivizi, trebuie să reconsiderăm autenticitatea lucrurilor în care credem și „hrana" vizuală pe care o consumăm.

Mediul înconjurător și rețelele sociale

Cercetarea din spatele comunicării online pe teme de mediu nu este foarte stufoasă; datele sunt puține, în creștere continuă, iar eficiența postărilor despre climă este puțin cunoscută. Un capitol ideal despre rețelele sociale ar trebui să îți poată spune că un număr X de organizații de mediu sau pentru oceane există pe Instagram și un număr Y pe Facebook, care este reach-ul (adică numărul de persoane care le-au văzut postările într-o anumită perioadă de timp) lor total și eficiența. Din păcate, după ore de căutat pe Google, am găsit foarte puține cifre destul de clare ca să le pot cita, iar majoritatea se bazează pe păreri.

Într-o notă mai convențională, veștile sunt mai degrabă triste: când vine vorba despre știrile legate de mediu există o gaură neagră virtuală, deoarece multe site-uri de știri preferă subiectele cu infracțiuni sau de divertisment în locul celor despre mediu. Când vine vorba despre schimbarea climatică, marile nume din mass-media n-au reușit să ne informeze cu privire la descoperirile științifice importante și rapoartele ONU și s-au mulțumit în schimb să povestească despre problemele jucătorilor implicați în negocieri. Știrile despre schimbarea climatică sunt de obicei asociate cu conținutul negativ, cum sunt dezastrele naturale, scurgerile de petrol, topirea calotei polare sau moartea

faunei marine în urma ingerării plasticului. Asta nu înseamnă că presa nu produce jurnalism de calitate pe acest subiect, dar nici în trecut articolele apărute în presa tradițională nu au reușit să ofere date substanțiale despre mediu, iar articolele citau statistici diferite, crescând astfel neîncrederea publicului în argumentele care atestă schimbarea climatică.

Am mai putea crede că presa generală se teme să înfricoșeze oamenii, expunând un scenariu apocaliptic referitor la felul în care *ar putea* arăta viitorul. Deși este clar că problemele de mediu nu apar mereu pe primele pagini, agențiile de presă vorbesc acum, aproape zilnic, despre problemele de mediu. Presa nu se mai poate eschiva în spatele unor scenarii posibile, ideale, construite de oamenii de știință; în prezent predomină știrile despre dezastre naturale și catastrofe climatice la scară largă. Schimbarea climatică este noua realitate.

Grupuri precum *Extinction Rebellion* au folosit presa pentru a cere autorităților guvernamentale să spună adevărul despre schimbarea climatică. Acest lucru nu a avut loc fără efort: la începutul existenței grupului, au acuzat presa tradițională că a păstrat prea multă vreme tăcerea referitor la impasul ecologic în care ne aflăm. Deși cele două părți s-ar putea să nu se poată pune de acord cu privire la ce ar trebui expus și ce nu, explozia de greve inițiate la nivel global de grupuri precum Extinction Rebellion și tânăra lideră Greta Thunberg au adus o îmbunătățire semnificativă în difuzarea știrilor despre climă. Milioane de oameni de pe tot globul și sute de mii de persoane din Regatul Unit au trimis un mesaj clar despre cât de urgent trebuie să acționăm. Numărul mare de proteste și activismul intens au devenit imposibil de ignorat de către mass-media.

Politicienii pot interveni, iar partidele politice plătesc presa să scrie despre schimbarea climatică într-un anumit fel sau în

termeni atât de vagi încât lucrurile sunt prea complicate pentru omul obișnuit. Puterea rețelelor sociale constă în faptul că sunt platforme democratice, pe care oamenii pot spune adevărul. De exemplu, presa din India promovează o atitudine naționalistă asupra schimbării climatice, pretinzând că acceptarea reducerii emisiilor de carbon va limita creșterea economică a Indiei. La polul opus, presa japoneză a reușit să armonizeze legătura dintre cantitatea de știri despre schimbarea climatică și interesul publicului pentru acest subiect.[3] Cu toate acestea, uneori, presa ignoră difuzarea gravității schimbării climatice, nu scrie despre protestele de mediu și evită în mod abil să discute despre forțele și oamenii din spatele distrugerii planetei noastre. Ideea că politicienii și un vot ne vor salva nu este destul, acțiunea necesară schimbării sistemului nu mai poate aștepta – „Ei" nu o vor face, așa că trebuie să te implici ***tu***.

Adesea, titlurile care predomină în materialele despre proteste, precum cele organizate de Extinction Rebellion, pot fi înșelătoare, insinuând că aceasta este o luptă pe care numai guvernul o poate duce. De multe ori este subliniat faptul că nu este de competența individului, ci a guvernului să facă schimbări. Trebuie să începem să redefinim discuțiile despre climă, să strigăm sus și tare că este și responsabilitatea indivizilor să-și schimbe stilul de viață și obiceiurile de consum. Aducând problema schimbării climatice la nivel de individ și insistând mai mult pe acest unghi, putem face acest subiect inteligibil și ușor de povestit maselor. Putem încuraja și abilita mai mulți oameni să deschidă discuția despre climă în propria casă și să reevalueze felul în care contribuie la ea. Cea mai mare greșeală este să crezi că schimbarea climatică este o problemă de care trebuie să se ocupe altcineva. Nu este așa; este problema noastră, a tuturor, iar noi trebuie să ne confruntăm cu ea și să o rezolvăm. Trebuie

să începem să definim schimbarea climatică drept o problemă ce poate fi înțeleasă de oricine și la care fiecare dintre noi contribuie, într-un fel sau altul – și care ne afectează personal, pe fiecare dintre noi.

Acțiuni prietenoase cu clima, prin intermediul rețelelor sociale

Puterea de control pe care rețelele sociale o au la nivel global asupra minții tinerilor este ușor terifiantă, dar în același timp platformele sociale oferă spațiu pentru mai multe voci care își pot răspândi părerile despre lucrurile de care le pasă. Hashtagurile #plasticfree și #zerowaste sunt dintre cele mai populare online, iar oamenii își împărtășesc diverse trucuri care îi ajută să aibă un stil de viață ce produce mai puține deșeuri. Apariția grevelor climatice organizate, a postărilor pe teme de mediu și a conținutului despre sustenabilitate sunt o dovadă că oamenii vor să afle mai multe știri despre climă.

Deși rețelele sociale ne permit să ne grupăm și să ne mobilizăm în lupta pentru soluționarea schimbării climatice și pentru educație de mediu, ea poate fi subminată de o persoană influentă sau un grup cu o părere diferită. Echilibrarea modului în care putem folosi întregul potențial al rețelelor sociale pentru rezolvarea unor probleme, cum ar fi schimbarea climatică, este un aspect pe care generația actuală și cea viitoare rămâne să îl exploreze. Deși există multe întrebări care așteaptă răspuns, pe măsură ce viața noastră digitală continuă să evolueze, dacă ne concentrăm pe partea pozitivă, rețelele sociale s-ar putea să fie chiar acele instrumente moderne de care are nevoie planeta noastră.

Rețelele sociale sunt un loc unde indivizii își pot manifesta apartenența și se pot identifica cu un anumit trib. Publicând,

dând like și validând un anumit tip de conținut, generăm valori sociale, indiferent de subiect. Aceste platforme încurajează conștientizarea schimbării climatice, ajută la mobilizarea activiștilor de mediu și sunt un instrument-cheie în comunicarea unor teme pentru organizațiile care luptă pentru respectiva cauză. Mai trebuie spus și că rețelele sociale au devenit puternice în urma dezastrelor cauzate de schimbarea climatică. Acestea au avut un rol vital în coordonarea acțiunilor de salvare și simplificarea operațiunilor în gestionarea unor astfel de catastrofe.

În ciuda neajunsurilor pe care le au, rețelele sociale ne oferă spațiul virtual pe care putem discuta, educa și dezbate schimbarea climatică, așa că trebuie să folosim uneltele digitale moderne disponibile ca să inițiem dialoguri cu alți cetățeni și factori de decizie. Acesta este locul unde tu, ca individ, îți poți folosi vocea pentru a transmite informații corecte despre climă familiei și cercului tău social.

Puterea influencerilor

Rețelele sociale au avut și impact pozitiv, și negativ asupra mișcării climatice, depinde de ce parte a problemei te situezi. Anumiți indivizi au puterea să obțină în mediul online o atenție imensă asupra muzicii pe care o ascultă, a hainelor pe care le poartă, a mâncării, vorbelor sau faptelor lor.

Presupun că urmărești măcar câțiva influenceri pe diverse rețele sociale. Dacă folosești Instagram, deschide-l acum și aruncă un ochi prin el. Probabil că în numai câteva secunde vei vedea măcar o persoană pe care o urmărești promovând un anumit brand. Acești oameni sunt cunoscuți drept influenceri.

Un influencer este o persoană care are puterea de a influența decizia de cumpărare a altora, datorită autorității sale, a cunoștințelor, poziției și relației pe care o are cu publicul său. În momentul de față, marketingul de conținut pentru branduri poate fi mult mai ieftin decât marketingul tradițional, în funcție de influencer. Generarea de conținut online este un loc de muncă cu normă întreagă pentru mii de oameni la nivel global și este o poziție la care aspiră mulți adolescenți.

Fie că ești sau nu de acord cu apariția influencerilor – ce sunt ei, cum monetizează rețelele sociale pentru a-și dezvolta afacerile și dacă ai sau nu încredere în ei –, prezența lor este incredibil de puternică. Aproximativ 5,6 miliarde de dolari au fost cheltuite pe Instagram pentru marketing prin influenceri, în 2018. Brandurile recunosc că marketingul de conținut costă cu 62% mai puțin decât marketingul tradițional și produce, în medie, de trei ori mai multe rezultate.

Întrebarea importantă pentru noi este cum își pot folosi influencerii platformele pentru binele comun, cum ar fi creșterea conștientizării schimbării climatice?

În prezent, există un număr în creștere de bloggeri care au început să-și folosească platformele pentru a promova un stil de viață sustenabil, modă și dietă pe bază de plante. Eu susțin deschis conștientizarea schimbării climatice prin crearea de conținut și parteneriate de brand. Puterea lor nu se limitează la a educa, ci mai mult, încurajează schimbarea sustenabilă în rândul maselor și, ca rezultat, brandurile au început să se alinieze punctului de vedere al influencerului, realizând că a face bine este la modă.

Unii dintre influencerii sustenabili și organizațiile mele preferate, care crează conținut inspirațional și își folosesc platformele sociale în scopuri bune, și-au spus mai jos părerea despre

cum și de ce rețelele sociale sunt niște instrumente grozave pentru salvarea planetei.

Zanna Van Dijk
Blogger care scrie despre fitness, mâncare și stil de viață conștient; @Zannavandijk

Î: Cum și de ce sunt rețelele sociale niște instrumente grozave pentru a ajuta la salvarea planetei și a încuraja acțiunea?
R: Fiecare persoană are puterea de a-i influența pe ceilalți prin intermediul rețelelor sociale, fie că ai 100 sau 100 000 de urmăritori. Pur și simplu distribuind mai departe ceea ce ai aflat despre climă, nu știi niciodată pe cine ai putea inspira să facă o schimbare în bine. S-ar putea să pui în lumină acest subiect pentru o persoană care nu se mai gândise până atunci la așa ceva și prin puterea exemplului, și arătând ce schimbări sustenabile ai făcut tu, ceea ce realizezi îi poate încuraja pe alții să ți se alăture. Cinstit vorbind, posibilitățile rețelelor sociale sunt infinite și încurajez pe toată lumea să înceapă să-și împărtășească online călătoria către un stil de viață sustenabil – chiar dacă sunt doar câteva fărâme, ici și colo.

Î: De ce ai ales să îți folosești canalele de comunicare pentru a răspândi mesaje semnificative?
R: Sunt norocoasă să am o platformă urmărită de câteva sute de mii de oameni – este un adevărat privilegiu. Și nu vreau să bagatelizez asta. Îmi iau foarte în serios rolul de influencer și vreau să fiu o influență pozitivă, un blogger cu un scop. Îmi dă un sentiment de împlinire să-mi pot împărtăși pasiunea pentru planetă cu cei care mă urmăresc și să-i văd alăturându-mi-se în această călătorie. Chiar și faptul că am inspirat o persoană să consume mai puțină carne sau să folosească mai puțin plastic îmi luminează ziua și urmăresc constant astfel de mici raze de soare.

Î: În ce fel abordarea subiectului sustenabilității a deschis noi oportunități pentru creșterea afacerii tale?
R: A deschis mult mai multe uși decât a închis. Totdeauna am crezut că o discuție despre sustenabilitate va îndepărta brandurile, dar pe măsură ce societatea se trezește, așa fac și brandurile. Este incredibil că am ajuns să îi susțin în procesul lor de a deveni mai apropiați de oameni și natură. Pot doar să sper că tot mai multe branduri se vor alătura acestei mișcări.

Bradley Davidson
Director de media la Ocean Generation; @Oceangeneration

Î: În ce fel modelează rețelele sociale viitorul afacerilor și organizațiilor și cât de valoroase sunt datele în sfera digitală?
R: Rețelele sociale sunt folosite tot mai mult ca instrument de mobilizare. O fi bine, o fi rău, cert este că oameni din diverse zone ale globului pot fi influențați să gândească, să cumpere și chiar să voteze într-o varietate de moduri. Rețelele sociale diminuează granițele libertății de exprimare și este un catalizator pentru propagandă. În timp ce îngrijorarea cu privire la cei care dețin puterea crește, ar trebui să ne concentrăm în totalitate pe efectele pozitive pe care acest instrument le are asupra societății, mai ales în ceea ce privește mediul. Știm că National Geographic este unul dintre cele mai urmărite conturi din lume, cu o pagină de Instagram care are 127 de milioane de urmăritori. Deci, ce ne spune asta? Înseamnă că această companie deține o comoară de date despre cei mai implicați activiști de mediu din lume. Înseamnă că, dacă aceste date ar putea fi cumpărate de organizații non-profit și proiecte de mediu, cu ajutorul lor ar putea propaga propriul mesaj de apel la acțiune.

Datele sunt considerate mai valoroase decât petrolul – ceea ce este amuzant în contextul schimbării climatice. Prin urmare, ar trebui ca noi, cei ce folosim rețelele sociale, să facem un protest

ca în cazul în care giganții tehnologiei continuă să ne exploateze datele, măcar să le doneze organizațiilor non-profit? Mai ales când strategiile tradiționale de marketing sunt blocate de companiile ce dețin rețele sociale atunci când o organizație încearcă să promoveze orice fel de conținut referitor la schimbarea climatică.

Propaganda politică de orice magnitudine și cu orice fel de mesaj poate, într-un fel sau altul, să fie promovată prin Facebook, dar dacă o organizație oficială de mediu încearcă să-și promoveze propriile mesaje de apel la acțiune sau alt conținut similar, este imediat sancționată, fără drept de apel. Acest lucru trebuie să se schimbe.

Pe măsură ce avansăm în această sferă necunoscută a evoluției digitale a omului, datele sunt cele mai prețioase bunuri. Însă, după cum au început să afle utilizatorii rețelelor sociale, datele noastre sunt deja exploatate dincolo de orice imaginație. Ar trebui măcar să încurajăm instituțiile să doneze datele noastre către cauze bune. Când folosim rețelele sociale, putem alege să unim liniile întrerupte și să pornim valul schimbării. Rețelele sociale sunt doar un vehicul pentru date, iar datele au puterea să schimbe lumea.

Doina Ciobanu
Model și voce pro-sustenabilitate; @Doina

Î: De ce și cum este rețeaua socială un instrument grozav pentru a salva planeta și a îndemna la acțiune?
R: Rețelele sociale ne ajută să ne conectăm în cea mai puternică formă. Spre deosebire de alte canale de comunicare – mesajele, telefoanele, știrile etc. –, conținutul de pe rețelele sociale este ușor de consumat și astfel ne oferă o șansă unică de a ne comunica mesajele despre sustenabilitate într-un mod ușor de înțeles. Cred că asta este cheia. Mesajele despre sustenabilitate

și mediu trebuie să fie destul de simple încât toată lumea să poată rezona cu ele. Uneori, asta ar putea implica și imagistică și pași foarte ușor de urmat.

Î: De ce ai ales să-ți folosești propriile canale pentru a răspândi mesaje cu sens?
R: Dacă n-o fac eu, cine o s-o facă? Cred că așa ar trebui să gândim cu toții când vine vorba despre sustenabilitate, atât când facem mici schimbări în viața noastră, cât și atunci când pledăm pentru ea. Eu am o abordare foarte personală. Simt că am responsabilitatea să vorbesc despre ea pentru că nu mai este timp să aștept ca alții să o facă pentru mine. Trebuie să-mi fac datoria și măcar atât pot să fac: să-i ajut pe alții să conștientizeze.

Î: În ce fel a deschis abordarea subiectului sustenabilității noi oportunități pentru creșterea afacerii tale?
R: În termenii unei oportunități de afaceri am început să ofer consultanță firmelor care doreau să devină mai sustenabile. Oricum, dincolo de aspectele de afaceri, pentru mine este important numărul de urmăritori care îmi scriu constant despre felul în care și-au regândit stilul de viață, ca urmare a conținutului produs de mine, ca să facă zilnic alegeri mai profitabile. Acesta este cel mai impresionant rezultat la care aș fi putut spera vreodată – să-mi folosesc contul de rețea socială ca să îi inspir pe alții. Să faci chiar și o persoană să-și schimbe obiceiurile cu unele mai sustenabile este exact motivul pentru care fac ceea ce fac.

Purtătorul de cuvânt de la Extinction Rebellion (ER); @extinctionrebellion
Mișcarea *Extinction Rebellion* a pornit de la premisa că ne aflăm într-o situație fără precedent, din moment ce criza climatică amenință viața pe Terra. Politicienii noștri ne-au dezamăgit, așadar trebuie să ne opunem. Extinction Rebellion lansează

subiectul către oamenii din orașe și în rețelele sociale, făcând mai dificilă ignorarea responsabilității. Prin acțiuni non-violente dar tulburătoare, grupările folosesc tactici îndrăznețe ca să atragă atenția și să schimbe sistemul actual. Amplitudinea protestelor și ecoul pe care l-au avut în presă n-ar fi fost posibile fără folosirea rețelelor sociale pentru mesajele de conștientizare, pentru organizare și apel la acțiune.

Î: De ce a ales ER să-și răspândească mesajele în primul rând prin rețelele sociale?
R: Folosim rețelele sociale pentru că ne permit să comunicăm fapte științifice în forme artistice, cum ar fi fotografii sau imagini cu design interesant. Ne permit să comunicăm adevărul despre climă și urgența ecologică în moduri pe care altfel oamenii poate nu le-ar vedea. Este în mod special un mediu folositor ce poate fi accesat ușor de tineri și de comunitățile globale. Arătând că luptăm pentru lucrurile în care credem, ne dorim să-i inspirăm și pe alții să ni se alăture. Furnizând descoperiri științifice credibile în moduri plăcute vizual, arătând imagini cu voluntarii noștri în acțiune, dăm un exemplu: rețelele sociale ne permit să arătăm dedicarea, hotărârea și succesul acțiunilor noastre și ne ajută să îi inspirăm și pe alții să se alăture cauzei.

Î: Cum și de ce rețelele sociale sunt niște instrumente deosebite care îi ajută pe cei de la ER sâ-și promoveze mesajele și să-și inspire publicul sâ acționeze în favoarea mediului?
R: În această perioadă pe care o trăim, rețelele sociale sunt extraordinare pentru cei ce vor să atragă atenția și să inspire. La Extinction Rebellion folosim mai multe mijloace de comunicare – Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, podcast-uri și așa mai departe – pentru a răspândi adevărul despre urgența climatică și de mediu către cât de mulți oameni se poate. Prin postări și story-uri, putem atinge categorii extinse de indivizi și le putem oferi materiale educative și motivaționale referitoare la

această situație de criză. Rețelele sociale au puterea de a educa și încuraja pe oricine – pe toată lumea – să acționeze în lupta pentru viitorul nostru și sănătatea planetei.

Î: În ce fel a deschis abordarea publică a activismului pentru climă noi oportunități pentru grup. Cum a fost un catalizator pentru schimbări la nivel mai înalt?
R: Rețelele sociale ne-au permis să intrăm în legătură cu mii de oameni din toată lumea. Le-a dat altora un punct de contact și a ajutat la crearea unor grupuri în diferite comunități și țări; ne-a pus în legătură cu celebrități și cu artiști incredibil de talentați. Paginile rețelelor sociale ale Extinction Rebellion au ajuns la publicul larg într-un mod în care n-ar fi putut să o facă dacă acestea n-ar fi existat. Ele au conectat digital o comunitate incredibilă, permițând unor străini să inspire și să provoace la acțiune alți membri ai comunității. În acest fel, pagina lor a fost un mijloc uimitor și o forță care a ajutat mesajele noastre să se răspândească, acțiunile să aibă impact și mișcarea noastră să se transforme într-un fenomen global – totul în numele climei globale și a problemelor urgente de mediu. Ești gata să te alături revoltei?

Î: Mai este ceva ce crezi că ar fi relevant pentru această conversație despre societate și climă?
R: Rețelele sociale motivează oameni din toată lumea să devină creativi și să acționeze în problema climei și a celei de mediu. Când știi că ai activiști precum Bhavreen Kandhari din Delhi, care a ajutat la fondarea ER în India (după ce a aflat online despre această mișcare și a scris despre ea pe Twitter în octombrie 2018), realizezi cât de puternice pot fi aceste instrumente. Rețelele sociale ne ajută să facem mai cunoscută tuturor această criză climatică. Și toată lumea trebuie să afle acest mesaj, dacă vrem să evităm cea mai mare criză cu care s-a confruntat vreodată omenirea.

Efectele dăunătoare ale negării

Am vorbit despre puterea benefică în creşterea notorietăţii schimbării climatice severe, dar n-ar fi cinstit să facem auzite aici doar vocile pozitive. Ştiinţa şi teoriile pot fi uşor trecute cu vederea şi discreditate cu un singur click.

Prima ciornă a acestui capitol conţinea nişte exemple incredibile, de neînţeles şi de-a dreptul dezgustătoare, de mesaje postate pe Twitter de câţiva negatori ai schimbării climatice; totuşi, din cauza legilor publicării şi ale copyrightului, au fost scoase din text, aşa că acest capitol va fi mai puţin amuzant. Ideea este că oameni puternici cu mulţi urmăritori pe reţelele sociale fac afirmaţii false despre mediu şi răspândesc ştiri false şi materiale ştiinţifice false despre acest subiect foarte serios. Pe cât de polarizante şi controversate pot fi ca figuri politice sau vedete, de câte ori vorbesc despre schimbarea climatică generează o întreagă isterie în mediul online.

Trebuie să-ţi pui întrebarea de unde vin aceste ideologii şi „surse ştiinţifice", dar tot ce putem spera este că, în momentul în care aceste afirmaţii devin virale, atenţia publicului se mişcă în direcţia opusă şi atrage şi mai mult atenţia referitor la schimbarea climatică în general. Ceea ce, de fapt, este un câştig.

Realitatea ştirilor false arată modul în care reţelele sociale pot fi vulnerabile în aspectele importante. Este greu de ştiut care ar putea fi soluţia, nici măcar giganţii tehnologiei nu ştiu ce să facă. Platformele reţelelor sociale (cum sunt Twitter, Facebook şi LinkedIn) permit aproape oricui să-şi afişeze gândurile sau poveştile în public, iar majoritatea oamenilor nu verifică sursa ştirilor înainte să le distribuie mai departe, ceea ce poate duce la răspândirea rapidă a ştirilor false sau chiar le viralizează. Platforme precum Facebook încearcă să lanseze un anumit flux de

noutăți cu conținut regulat, folosind algoritmi care să verifice și să aprobe informația.

Totuși, până la urmă, aceste platforme au fost create pentru a conecta oamenii, iar acum încep să aibă responsabilități de control. Deși trebuie să recunoaștem responsabilitatea lor în propagarea dezinformării, putem să le și ajutăm să-și facă treaba mai bine. Cu toate că este din ce în ce mai greu să identifici sursa unor povești și să le stabilești acuratețea, ar trebui să ne asumăm responsabilitatea morală de a face acest lucru. Putem dezvolta o imunitate la dezinformare expunând oameni, arătând erorile din afirmațiile negatorilor și deturnând zvonurile mincinoase, ca să obținem cât mai multă susținere pentru discuția despre climă.

Cât de eficiente au fost rețelele sociale?

Tipul de conținut care atrage atenția și susținerea pe platformele rețelelor sociale variază foarte mult. De la cultura de masă la modă și sporturi, există conținut media care să stimuleze curiozitatea oricui. În ultimii ani, difuzarea altor informații în afara preferințelor personale pe platformele digitale a fost un instrument puternic și cu efect la mare distanță pentru răspândirea conștientizării și educarea oamenilor cu privire la politică și schimbarea climatică. Informațiile au făcut mulți oameni să se întrebe ce naiba se întâmplă în lume.

Dar, din nou, impactul știrilor despre climă a adus foarte puține schimbări în viața noastră zilnică. De ce? Oare din cauză că oamenii din ziua de azi sunt bombardați cu informații și atenția lor este distrasă de lucrurile negative, ceea ce ne face pe mulți dintre noi să nu reușim să acționăm pentru a ne salva planeta?

Oameni care trec cu vederea apelul la acțiune cred în mod evident că altcineva va veni să ne salveze, ignorând haosul. Poate că unii dintre noi chiar dau din umeri, spunând că este prea târziu să mai facem ceva și scapă astfel de presiunea morală.

Trăim vremuri în care lumea este plină de negativism și ne este mai ușor să navigăm mai departe către alte mesaje, cu conținut insignifiant. Așa cum am discutat mai devreme, schimbarea climatică este un subiect incredibil de abstract pentru majoritatea oamenilor și cu toate că toți au, de regulă, o părere asupra subiectului, este foarte greu să măsori cum se traduce în acțiuni „offline" care susțin cauza. Scepticii ar putea întreba de ce ne mai chinuim să folosim rețelele sociale în problema schimbării climatice, dacă nu obținem acțiune în viața reală. Rețelele sociale și alte canale online, ca gaming-ul și blogging-ul, oferă mai multe oportunități pentru educația despre climă și răspândirea cunoștințelor.

UN EXEMPLU DESPRE CUM PUTEM FOLOSI REȚELELE SOCIALE PENTRU A FACE BINE

În 2017, organizația non-profit Ocean Generation s-a aliat cu Rovio, dezvoltatorul de jocuri pe calculator de talie mondială, pentru a încorpora mesaje despre ocean într-una dintre cele mai solicitate francize de jocuri din istorie – *Angry Birds*. Ca să-și comunice mesajele către Generația Z într-o formă dinamică, Ocean Generation a lansat trei mini jocuri: *The Big Catch* – despre poluarea cu plastic, *Small Island Defence* – despre creșterea nivelului mării și *The Last Straw* – despre creșterea masivă a cantității de paie de plastic. De-a lungul acestei experiențe, jucătorii aveau de-a face cu un joc amuzant în timp ce erau educați

şi li se prezentau mesaje clare de acţiune în beneficiul oceanelor. Odată terminat jocul, jucătorii erau direcţionaţi către alte resurse ale oceanului şi erau invitaţi să facă propriile declaraţii cu privire la modul în care vor folosi plasticul începând de atunci şi cum vor acţiona ca indivizi.

Pe durata celor trei luni de parteneriat dintre Ocean Generation şi Rovio, peste 7 milioane de oameni au jucat aceste jocuri şi apoi peste 300 000 au declarat, pe diverse platforme, că îşi vor schimba obiceiurile zilnice. Acesta este doar unul dintre exemplele care demonstrează că reţelele sociale online pot educa şi inspira schimbarea comportamentală.

Savanţii recunosc că opinia publică se formează mai repede atunci când evenimentele sunt psihologic mai apropiate de individ. Cei ce luptă în fiecare zi în prima linie a schimbării climatice cred în realităţile climatice şi nu au nevoie de o postare online ca să reafirme acest lucru, dar numai un număr limitat de oameni se află în această poziţie. Cei care nu văd sau nu simt frecvent consecinţele schimbării climatice sunt, desigur, mai puţin dispuşi să creadă, însă reţelele sociale au puterea de a personaliza în multe feluri problemele sociale şi se transformă astfel într-o lentilă prin care pot modifica în bine părerile despre schimbarea climatică. Te-ar ajuta poveştile unor oameni aflaţi într-o situaţie grea din cauza schimbării climatice să intri în acţiune şi să-ţi reduci, de exemplu, consumul de energie? Te-a determinat videoclipul acela viral, care arăta pe cineva ce încerca să scoată o bucată de plastic blocată în nasul unei ţestoase, să schimbi felul în care consumi obiectele din plastic de unică folosinţă?

Natura are un fel incredibil de a contraataca și a se regenera în fața distrugerilor umane. Sarcina folosirii rețelelor sociale pentru rezultate mai bune este mult mai puțin dificilă decât ne-am putea imagina. Erica Chenoweth, specialist american în științe politice, dezvăluie că pentru a avea succes, orice mișcare pașnică de masă are nevoie ca maximul 3,5% din populație să se mobilizeze. Oamenii sunt mamifere foarte sociale și sunt în mod constant, chiar dacă subliminal, conștiente de schimbările curentelor sociale. Odată ce percepem schimbarea stării de fapt, trecem de la susținerea unui lucru la celălalt. Când 3,5% din populația vocală și dedicată se vor uni și vor cere un sistem nou, avalanșa socială care va urma va deveni de neoprit.[4]

Clima se schimbă – și tu poți face acest lucru

Cum îți poți folosi vocea? Fii unul dintre cei 3,5% și folosește-ți vocea în următoarele moduri, ca să crești gradul de conștientizare și să inspiri schimbări comportamentale pentru binele planetei:

Nu subestima puterea vocii tale pe rețelele sociale și abilitatea ta de a împărtăși cu familia și prietenii informații despre climă.

Sărbătorește Ziua Pământului pe 22 aprilie și Ziua Mondială a Oceanelor pe 8 iunie. Aceste zile sunt niște ocazii foarte speciale pentru fiecare de a sărbători pe canalele sociale personale și a reflecta la modul în care deciziile pe care le luăm afectează lumea din jurul nostru.

Nu subestima puterea pe care o au online like-urile, distribuirile și postările despre organizațiile tale preferate. Pentru cei care creează conținut despre climă, implicarea ta înseamnă că munca lor are rost și poate duce la alte oportunități de colaborare și schimbări mai mari.

Brandurile încep să înțeleagă că oamenii vor să împărtășească experiențe unice. Aliază-te cu branduri și organizații cum sunt Surfers Against Sewage, Ren Skincare și Parley, care organizează la nivel global ecologizări pe plajă, sau caută pe Eventbrite evenimente legate de sustenabilitate care au loc în zona ta. Participă la astfel de evenimente, implică-te activ în aceste cauze și distribuie acțiunile în rețeaua ta socială online.

Urmărește influenceri cu agende pozitive, care inspiră schimbarea și încurajează un stil de viață sustenabil.

Urmărește și interacționează cu bloggeri care abordează problemele planetei, ca să găsești inspirație pentru un stil de viață și rețete vegane. Una dintre cele mai simple căi de a-ți reduce amprenta de carbon este să reduci consumul de carne, așa cum am văzut în **Capitolul 4**. Mulți dintre acești activiști de mediu au rețete delicioase care îți vor satisface papilele gustative în fiecare zi a săptămânii.

Semnează petiții online. Faptul că îți alături vocea cauzelor cu care rezonezi este un mesaj politic puternic și arată că îți pasă. Este atât de ușor să o faci, doar cu câteva click-uri.

Folosește Ecosia ca motor de căutare și plantează gratuit copaci, datorită căutărilor tale. Adaugă tab-ul Ecosia în extensia browserului tău. Descarcă gratuit extensia lor de browser și, în timp ce navighezi pe internet prin platforma lor, reclamele care

apar la căutări generează venituri pe care Ecosia le folosește pentru a planta copaci. În acest moment, Ecosia are peste 8 milioane de utilizatori activi și, ca urmare, a plantat peste 80 de milioane de copaci, în toată lumea.

> „Noi, consumatorii, avem atât de multă putere să schimbăm lumea fiind atenți ce anume cumpărăm."
>
> **Emma Watson**

Viitorul afacerilor

Aproximativ 1,7 miliarde de oameni din toată lumea fac parte din „clasa consumatorilor" – un grup de oameni caracterizat de o dietă ce constă în mâncare foarte procesată, dorința de a cumpăra case mai mari, mașini mai multe și mai mari, de a face credite mai mari și care au un stil de viață concentrat pe acumularea de bunuri neesențiale.[5] Nu miliardele de oameni care trăiesc în sărăcie în orașe și sate din Africa Subsahariană sau în Orientul Îndepărtat sunt cei care își permit să consume cu lăcomie resursele planetei. Cei mai săraci 50% dintre oamenii de pe planetă sunt, potrivit organizației caritabile Oxfam, responsabili pentru abia 10% din emisiile de carbon provocate de „consumerism". Europa și America, de exemplu, unde trăiește cam 12% din populația de pe glob, sunt responsabile de peste 60% din consumul global.[6] Cu toate acestea, aproape o jumătate din consumatorii de pe glob locuiesc nu doar în țările vestice, ci și în cele în curs de dezvoltare, incluzând vreo 240 de milioane în China și 120 de milioane în India – piețele cu cel mai mare potențial de creștere.

Este ușor să urăști consumul și ceea ce se întâmplă în țările bogate. Consumerismul a otrăvit unele aspecte ale vieții contemporane și, alături de comerț, este unul dintre marii factori ai schimbării climatice. Nevoia noastră de a primi o satisfacție imediată prin cumpărarea unui produs a îmbogățit afaceri și indivizi care au devenit incredibil de puternici de pe urma obiceiurilor noastre. Scopul profitului rapid și al creșterii nelimitate a stat la baza multor afaceri, maximizând profiturile acționarilor, indiferent de costul uman sau de mediu.

Globalizarea – răspândirea consumerismului

Pe măsură ce avansăm într-o nouă perioadă a civilizației umane, amenințarea reală a schimbării climatice începe să afecteze fiecare ființă vie de pe planeta noastră. Situația ar putea fi descrisă ca un experiment care a luat-o razna: hai să vedem cât de departe putem împinge fiecare ecosistem, dincolo de punctul în care poate fi reparat; hai să ciopârțim plămânii Terrei, care ne dau oxigen; hai să sufocăm oceanele cu gunoaie, să ne otrăvim apa și să poluăm chiar și aerul de care avem nevoie ca să trăim, doar ca să cumpărăm, să cumpărăm, să cumpărăm.

Consumul în creștere a ajutat la satisfacerea nevoilor de bază, a creat locuri de muncă și este, în esență, baza societății noastre capitaliste. Globalizarea este o forță care face mult mai accesibile bunuri și servicii care erau imposibil de obținut de către țările în curs de dezvoltare. Articole care cândva erau considerate un lux acum sunt ceva obișnuit peste tot în lume, dar obsesia și nevoia noastră de a avea mai mult, mai mult, mai mult, ne-a adus în acest punct din care s-ar putea să nu mai avem cale de întoarcere. Cu toate acestea, creșterea prosperității nu înseamnă neapărat o viață mai fericită și mai sănătoasă. Mai

degrabă, consumerismul în creştere poate avea un cost dureros pentru unii, cum sunt familiile care se înglodează în datorii şi lucrează mai mult peste program, sacrificându-şi stilul de viaţă şi prioritățile sociale ca să-şi permită să cumpere mai mult.

Motivul acestui experiment nebunesc ar putea fi considerat ciudat, dacă schimbi un pic modul în care priveşti lucrurile. Majoritatea problemelor globale care sufocă planeta intră într-una din cele patru categorii de consum:

1. Procesul mutării cuiva sau a ceva din punctul A în punctul B.
2. Crearea sau fabricarea unor bunuri care sunt apoi mutate din punctul A în punctul B.
3. Hrana pe care o mâncăm.
4. Hainele pe care le purtăm.

La numai câțiva ani distanță de o catastrofă globală, organizațiile şi guvernele continuă să lupte cu cele patru categorii menționate mai sus şi cu partea financiară care le leagă. Dilema este simplă şi, totuşi, greu de rezolvat; toți acești patru piloni sprijină economia globală, aceeaşi economie care ne hrăneşte şi ne îmbracă. Dar ca să schimbi direcția viitorului nostru, acești patru piloni trebuie dezactivați şi reconstruiți cu ajutorul științei, inovației şi cercetării. La nivel individual, consumerismul conştient înseamnă să faci alegeri pozitive în procesul de cumpărare, cu intenția de a ajuta la echilibrarea unei părți din efectul negativ pe care consumerismul îl are asupra planetei. Asumă-ți responsabilitatea pentru propriul impact şi aminteşte-ți că:

> „Fiecare dolar pe care-l cheltuieşti... sau nu-l cheltuieşti... este un vot pe care îl dai lumii în care vrei să trăieşti."
>
> **L.N. Smith**

CELE MAI MARI PROBLEME

- Zilnic, numai în SUA, produsele vândute online călătoresc pe o distanță egală cu cea până la Lună și înapoi, nu o singură dată, ci de 133 000 de ori.
- 71% din emisiile de gaze de seră sunt produse de 100 de companii – toate din industria petrolieră și a gazelor.
- Douăzeci de firme de petrol se află în spatele a mai mult de o treime din toate emisiile de CO_2.
- Aceste companii știau încă din anii 1950 cât de dăunători sunt combustibilii fosili, cu toate acestea au ales să-și continue activitatea. Unele companii petroliere au ajuns atât de departe încât să afirme public că nu sunt direct responsabile pentru emisii, câtă vreme combustibilii fosili sunt folosiți de consumatori.

„Corporațiile și industriile cu care ne confruntăm nu vor renunța fără să lupte. Dar nu vor câștiga, nu vor câștiga niciodată, pentru că în fața tuturor banilor și a influenței lor politice, noi avem ceva ce ei nu vor avea niciodată. Noi avem adevărul."

Ed Winters, trainer vegan
și creator de conținut

Consumerismul conștient

Ce-ar fi să abordăm această dilemă din alt unghi – unul care să poată funcționa împreună cu consumerismul? Este un deziderat simplu, dar trecut cu vederea. Printre problemele care afectează lumea din jur și viitorul nostru imediat se află numeroasele

rețele de obiceiuri, pasiuni, convingeri și politici deja transpuse în practici mai bune de afaceri și în ceea ce s-ar putea numi consumerism conștient. Deși este foarte la modă să ai un comportament social conștient, realitatea este că agenda de cheltuieli a consumatorului conștient nu este tocmai cum ne-am dori. O parte a acestei realități este că nu există destule bunuri produse responsabil – sau servicii gândite ecologic și cu grijă față de oameni – din care noi să alegem ca să ne satisfacem nevoile.

Generația noastră se reinventează, ca să știe ce să ceară astfel încât banii cu care ne cumpărăm alimentele să fie cheltuiți mai conștient. Oameni precum Greta Thunberg și alți activiști sunt o speranță reală. Ei reprezintă provocări pentru companii și pentru felul în care interacționează ele cu consumatorii. Persoanele noi și grupurile care se mobilizează sunt un impuls, sunt clare în formularea cererilor lor și nu se vor împotmoli în modelul obișnuit de interacțiune al corporațiilor.[7] Companiile care mimează protecția mediului sau ONG-urile fondate de corporații neetice sunt date de gol în rețelele sociale.

Noi mișcări și persoane intrate sub lumina reflectoarelor devin de neoprit în rețelele sociale, iar dacă firmele aleg să-i ignore pe cei ca Greta, trebuie să nu uite că această generație are portofele și, curând, în cazul tinerilor greviști pentru probleme climatice, vor avea și voturi. Cu cât este mai uman răspunsul companiilor față de cererile activiștilor, cu atât mai bine cotate vor fi când va trebui să se adapteze tulburărilor planetare pe care le experimentăm și își vor câștiga loialitatea clienților pentru brandul lor. Prioritățile generației mai tinere și a următorilor consumatori nu au nicio legătură cu a lăsa o casă și o moștenire copiilor. În schimb, prioritatea noastră este să ne asigurăm că acei copii vor avea la dispoziție surse de hrană și apă. Desigur, nu există o soluție ușoară prin care să încurajezi consumerismul

conștient în rândurile cumpărătorilor sau să impui firmelor practici mai ecologice și etice.

Unul dintre oamenii care și-au asumat în secolul 21 misiunea de a rezolva o problemă imensă ce implică firmele și indivizii este Afdhel Aziz. El ajută companii, și noi, și vechi, din toată lumea să deblocheze capacitatea afacerii de a face bine oamenilor, ajutându-i să găsească sens și rost în munca pe care o fac. În călătoria lui a ajuns să consilieze companii importante, din topul Fortune 500, și să devină coautor al cărții „Binele este la modă: Fă vânzări ca și când ți-ar păsa".

Iată un interviu cu Afdhel despre ce înseamnă consumerismul conștient, cum arată viitorul afacerilor și cum pot fi brandurile catalizatori pentru mișcarea verde.

Afdhel Aziz, @afdhel

Î: Când ai realizat că fiecare „afacere cu un scop" are o influență puternică asupra viitorului oamenilor și al planetei?
R: Cred că am început să observ asta în 2011, când am început să lucrez la cartea scrisă împreună cu Bobby Jones. Este uimitor să vezi cât de repede evoluează ideea de afacere către un model de capitalism care are în vedere toate părțile implicate (spre deosebire de capitalismul care ține cont doar de acționari). Tipurile de companii cu care lucrează agenția noastră de consultanță pentru impact social, Conspiracy of Love, activează într-o gamă diversă de domenii: există companii ce au în vedere stilul de viață (cum sunt Adidas, Sonos și Bombay Sapphire Gin), companii din tehnologie (precum Microsoft și Facebook), companii care produc bunuri ambalate (ca Mars, Coty, Nestlé și Mondeléz) – fiecare lider de categorie explorează această idee a „afacerii cu un scop". Cu toate acestea, vreau să trag un semnal de alarmă. Nu ne mișcăm destul de rapid încât să reparăm

problemele cauzate de consumerismul în creștere. Generăm mai multe emisii de carbon și mai multe deșeuri ca oricând. Criza climatică ar trebui să se afle în topul priorităților fiecărui om de afaceri ca o problemă ce trebuie rezolvată. Cum spunea fondatorul companiei Patagonia, Yvon Chouinard, „Nu putem face afaceri pe o planetă moartă".

Î: Ce înseamnă pentru tine și brandurile cu care lucrezi ideea „Binele este la modă"?

R: Pornim de la ideea că brandurile trebuie să se gândească la „a face bine" la fel de mult cum se gândesc la „a fi pe val". De fapt, am putea argumenta că a face bine este o formă de a fi bine cotat. La categoria produselor de uz curent, care sunt foarte puțin diferențiate de preț și caracteristici, consumatorii de acum „votează cu portofelul" și evaluează brandurile în funcție de impactul lor social și de mediu. Așadar, este esențial ca brandurile să evolueze, ca să rămână relevante; cu toate acestea, când spunem „obiect la modă" nu ne gândim, desigur, la o tendință trecătoare ce o să dispară: credem aceasta pentru că ideea noastră are la bază așteptările a două noi generații de consumatori, milenialii și Generația Z, care au o putere de cumpărare enormă. De aceea credem că așa vor merge lucrurile, pentru multă vreme. Este o nouă paradigmă de afaceri.

Î: Dă-mi câteva exemple (dacă se poate, referitoare la clima) de branduri care folosesc forța binelui nu doar ca să facă lumea un loc mai bun, ci și ca să facă din sustenabilitate o sursă etică de profit?

R: Cred că este fascinant felul în care Ikea începe să se transforme după principiile economiei circulare. Își regândesc fiecare pas din procesul de producție: de la lanțul de aprovizionare și producție la reparații și revindere. Și Adidas este un brand uimitor, care a demonstrat că sustenabilitatea poate fi profitabilă: anul acesta s-au vândut 11 milioane de perechi din pantofii lor

Parley Ocean Plastic, generând venituri de peste două miliarde de dolari.

Î: Cum arată viitorul pentru o lume ideală, în care trăiesc o mulțime de consumatori conștienți?
R: Cred că este esențial ca fiecare afacere să treacă la un model economic circular, cât de repede posibil; acesta este singurul mod în care putem continua să flm o cultură bazată pe consum, fără să dezechilibrăm iremediabil planeta. Fiecare afacere ar trebui să încerce să creeze un model care produce zero deșeuri, zero carbon. Avem uneltele și tehnologia necesare pentru a face acest pas. Nu lipsește decât voința colectivă.

O nouă cale deschisă pentru afaceri

Papa Francisc a spus că „în cele din urmă, o lume a consumului exagerat este în același timp o lume care disprețuiește viața, în toate formele sale". Poate că este simplu, așa cum am arătat pe parcursul cărții, să subliniezi rolul pe care îl avem noi, ca indivizi, în a deveni consumatori conștienți, dar afacerile joacă un rol uriaș în a se asigura că avem la îndemână opțiuni etice și sustenabile. Afacerile trebuie să-și recunoască rolul și responsabilitatea în cadrul sistemului. Eforturile lor trebuie să promoveze un nou mod de a gândi și rezolva problemele și relația lor cu natura. Consumerismul conștient ne va solicita de asemenea să privim viitorul altfel, de exemplu să renunțăm la ideea de a poseda toate lucrurile noastre, cum ar fi mașinile sau casele, în favoarea unei economii bazate pe ideea de coproprietate.

Mai demult, oamenii au cerut ca taxa verde să reflecte adevăratul cost de mediu al unui produs. Alte afaceri, din proprie inițiativă, au început să recicleze ambalaje sau bunuri sau să implementeze programe de educare și conștientizare a consumatorului.

În ceea ce privește asigurarea securității, populația globală se confruntă cu multe provocări, deoarece resursele noastre deja sunt pe cale să fie epuizate și nu prea mai este cale de întors. Fundamental și înainte de toate, trebuie să regândim felul în care funcționează brandurile și afacerile. Scopul nu este să ne concentrăm pe afaceri care să vândă mai puțin, ci pe cum să asigurăm o calitate mai bună a vieții pentru toți oamenii de pe planetă. Pentru brandurile „cu un scop", care au luat deja inițiativa transformând modul în care producem bunuri și modul în care le consumăm, cheia succesului va fi eficiența.

Desigur, costă mai mult să produci în condiții etice mărfuri de calitate care răsplătesc oamenii și planeta. Studiile au confirmat că un consumator este dispus să plătească mai mult pentru produse făcute cu responsabilitate socială, dar că există totuși o limită până la care putem lăsa prețurile să crească. Trebuie să depășim ideea că produsele „benefice" sunt un lux – ele trebuie să devină norma. Afacerile au puterea să demonteze stereotipul consumatorilor care se presupune că fac cumpărături conștient. În trecutul recent, discursul obișnuit se face vinovat de a categorisi consumatorii conștienți drept o mișcare adusă de mileniali sau de Generația Z (și da, suntem campioni la a cere lucruri mai bune de la afaceri și guverne), dar, în realitate, acest lucru nu este eficient, pentru că nu toți din această generație au puterea de cumpărare necesară. În schimb, trebuie să căutăm și să integrăm indici demografici diverși, dacă vrem să identificăm și să extindem consumerismul conștient în lume și să-l facem complet accesibil, indiferent de industrie.

Inovații în tehnologie

Trăim cele mai avansate vremuri, din punct de vedere al inovațiilor în domeniul tehnologiei. Totuși, din păcate, descoperirile tehnologice inițiale, cele care au avut loc de-a lungul istoriei, chiar și unele pe care încă le mai folosim azi, au provocat daune considerabile mediului. În timp ce încercăm să reparăm răul făcut de invențiile tehnologice anterioare, trebuie să folosim acest spațiu pentru lucruri bune. Odată ce va fi folosit cu considerație față de mediu, progresul tehnologic va fi unul dintre cele mai puternice instrumente pentru a face trecerea către un viitor mai sustenabil.

Dezvoltarea tehnologiei și a biotehnologiei, deși încă la început, va crea soluții viabile pentru problema schimbării climatice. Descoperim potențialul Blockchain și Bitcoin de a crea o infrastructură tehnică și financiară diferită pe care se pot construi noi întreprinderi, într-o formă ce democratizează șansele pentru toată lumea.

Este fascinant să privești acest fenomen, felul în care soluțiile generate de tehnologie aduc împreună guverne, institute de cercetare și investitori miliardari care încearcă să limiteze schimbarea climatică. Deocamdată, în încercarea de a atinge acest scop, domenii precum cel energetic încearcă să descopere căi mai sigure și mai eficiente din punct de vedere al costurilor pentru a produce surse de energie verde viabile din punct de vedere comercial.

Oamenii au nevoie de energie, dar nu au nevoie de combustibili fosili. Putem, de fapt, să supraviețuim și să trăim în armonie folosind energie verde. Am găsit deja soluții alternative de alimentare a vehiculelor, de exemplu cu electricitate, dar ca să ne adaptăm complet avem nevoie de baterii și tehnologii de

încărcare mai eficiente. Viitorul tehnologiei constă în mașinile electrice. Pentru asigurarea siguranței alimentare și pentru a reduce dependența noastră de animale, companii precum Beyond Meat produc carne dezvoltată în laborator – un substitut de carne care arată, are același gust și aceeași textură ca și produsul real. Este nevoie ca astfel de progrese să ajungă pe piață cât mai curând posibil – nu mai putem aștepta.

Standardele înalte în afaceri – B Corp

Corporațiile de tip B sunt afaceri care corespund celor mai înalte standarde verificate de performanță socială și de mediu, de transparență publică și responsabilitate legală în echilibrarea profitului cu scopul. Simplificând, certificarea B Corp este o marcă ce atestă faptul că o companie și-a demonstrat disponibilitatea de a face lucrurile bine și a fost verificată de fondatorii B Lab, o organizație non-profit. În esență, un B Corp ne inspiră să folosim puterea pieței pentru a rezolva probleme sociale și de mediu fără să tolereze spălarea verde. B Corp este cu adevărat cel mai înalt standard de certificare pentru o companie, este recunoscut la nivel global și cunoscut ca un plus atractiv pentru investitori.

Inițiată de trei antreprenori, B Lab a petrecut peste 10 ani îmbunătățind ideea unui sistem de certificare asigurat de o terță parte. Această certificare a creat o nouă structură legală pentru orice companie care vrea să-și asume misiunea în cel mai profund mod, până în ADN-ul său financiar.[8] Certificarea B Corp nu este pentru o industrie anume, este pentru branduri cărora le pasă dacă ceea ce fac este bine. De la înființarea ei, în 2007, comunitatea B Corp a crescut până la peste 3 000 de companii,

în 70 de țări, cu obiect de activitate în 150 de industrii diferite, de la tot ce este legat de compania producătoare de haine Patagonia, până la brutării locale și galerii de artă.

Odată ce o companie obține un certificat B Corp, îl poate folosi ca să atragă clienți, viitori angajați și investitori. Din perspectiva consumatorului, a cumpăra de la orice companie B Corp ar trebui să-ți dea încredere în produsul acelei companii și în faptul că votul tău financiar a fost bine plasat.

Dacă lucrezi la o companie care ar putea fi interesată să obțină certificatul, sau dacă ai propria companie, trebuie să știi că există câțiva pași pe care trebuie să-i parcurgi și pe care îi găsești online, gratuit. Întrebările sunt grupate pe categorii: conducere, drepturile muncitorilor, comunitate, minorități, impresiile clienților, impact social și de mediu. Odată ce fișa de evaluare este completată, compania ta va primi un scor de maximum 200 de puncte – trebuie să ai minimum 80 ca să fii eligibil. Poate că pare ușor, dar chiar și companii care deja se concentrează pe sustenabilitate se chinuie la început. Dar nu te descuraja, aplică din nou când simți că firma ta este mai aproape de îndeplinirea criteriilor. Odată ce compania întrunește cerințele, este verificată oficial, ca să se asigure că toate afirmațiile tale sunt exacte, contra unei taxe ce depinde de mărimea companiei.

Completarea fișei standard de evaluare le permite companiilor să conștientizeze ce ar putea îmbunătăți ca afacere sau ca etică. Din acest motiv, fie că ești angajat sau om de afaceri, este în interesul tuturor să ții**n**tești sus. Odată ce compania ta a primit certificarea B Corp, intri într-o comunitate de companii cu aceeași viziune, cu care vei putea colabora. Dacă te alături B Corp, sau cel puțin dacă te străduiești să o faci, vei aduce un beneficiu nu numai acționarilor, ci tuturor părților implicate. Afacerea ta va schimba lumea, prin faptul că toate practicile de

afaceri vor fi desfăşurate pe ideea că oamenii şi planeta contează întotdeauna. Va deveni un administrator responsabil pentru generaţiile viitoare. Bcorporation.net

Clima se schimbă – o poţi face şi tu

Reducerea emisiilor de carbon şi schimbarea sistemelor, lanţurile de aprovizionare şi economia globală sunt obiectivele la nivel macro. În viaţa de zi cu zi, fiecare afacere ar putea începe cu obiective mai mici şi mai uşor de atins. Dacă oferi un produs sau un serviciu, adevărata întrebare este: are sustenabilitatea un impact asupra valorii de brand?

Răspunsul se bazează pe toate probele pe care le avem despre starea îngrozitoare a planetei şi o iminentă nevoie de a acţiona, pentru o lume mai bună. O afacere va atrage şi va păstra clienţii răspunzând la această cerere în creştere pentru sustenabilitate, corelată la rândul său cu creşterea financiară şi o valoare mai puternică. Fie că lucrezi pentru o mare corporaţie şi ai putea discuta cu departamentul de resurse umane sau cu şeful tău, fie că îţi conduci propria afacere, iată câteva idei pe care să le iei în considerare:

- Orientează-ţi brandul sau compania către un scop specific – schimbare climatică sau altceva.
- Susţine furnizorii ecologici şi fă afaceri cu companii prietenoase cu mediu, care respectă etica.
- Promovează birouri fără hârtii şi oferă-le consumatorilor numai chitanţe online.
- Înviorează-ţi biroul cu plante verzi.
- Foloseşte energia regenerabilă oricând este posibil.

- Minimizează deșeurile și implementează un program de reciclare.
- Adoptă o politică fără plastic la birou și încurajează-i pe toți să-și aducă zilnic propria sticlă refolosibilă pentru apă și o cană pentru cafea.
- Neutralizează-ți amprenta de carbon.
- Donează un procent din profit unei cauze legate de schimbarea climatică sau unei organizații de mediu relevante pentru compania ta.
- Încurajează-ți angajații să facă voluntariat, care este inclus în programul de muncă.
- Încurajează transportul sustenabil folosind transportul în comun sau împarte o mașină cu colegii.
- Adu-le angajaților speakeri inspirațională și începe să construiești o cultură organizațională mai orientată către grija față de mediu și oameni.
- Orientează-ți afacerea cât de mult posibil în acord cu cadrul de lucru pentru dezvoltare durabilă al ONU și cu Obiectivele Globale.
- Dacă produci obiecte, ia în calcul posibilitatea de a le confecționa din produse reciclate. Refolosește sau caută materiale în zona ta oricând este posibil.
- Micșorează cantitatea de plastic și folosește ambalaje biodegradabile, cum sunt plicurile făcute din dextroză.
- Fii mai transparent în ceea ce privește lanțul tău de aprovizionare și oferă-le clienților astfel de informații.
- Asigură-te că fiecare persoană implicată în lanțul de aprovizionare primește un salariu cinstit și decent, indiferent de locul în care trăiește sau cu ce parte a afacerii tale interacționează.

- Nu te teme să înglobezi scopul companiei tale în identitatea de brand și în tot ceea ce faci.
- Obține un certificat B Corp.

Sustenabilitatea afacerii este o forță care aduce schimbări în bine. Acum este momentul în care afacerile vechi și noi sunt invitate să analizeze aspectele pe care le pot îmbunătăți și astfel pot deveni parte din soluție, evoluând. Ai o idee de afacere? Ai vreo idee referitoare la cum să transformi ceva ce deja există la locul tău de muncă într-o practică mai ecologică, mai etică și conștientă? Nu contează cât de mare sau mică este ideea ta, notează-ți ideile bune pentru mediu într-un carnețel sau la finalul acestei cărți.

7

Oamenii și planeta noastră

„Schimbarea climatică nu este o luptă pentru putere, este o luptă pentru supraviețuire."

Oumarou Ibrahim

Privind către un viitor în care schimbarea climatică și furtunile fără precedent vor fi ceva obișnuit la nivel global, provocările vor crea o mulțime de probleme critice pentru oamenii din toată lumea, de la migrație umană în masă, provocată de fenomene meteorologice extreme, la competiție interstatală pentru resursele necesare vieții, cum sunt hrana și apa. Națiuni întregi, în mod special insulele mici, dispar din cauza creșterii nivelului mării, iar sistemele legale actuale nu sunt pregătite să facă față migranților climatici. Impactul schimbării climatice asupra oamenilor nu va face decât să crească în următoarele zeci de ani și va pune la grea încercare sfera guvernării mondiale.

Acest capitol explorează perspectiva umană a schimbării climatice și, în plus, cercetează problemele feminine și de gen

asociate subiectului. Genul determină așteptările, permisiunile și validările pe care le primește o femeie sau un bărbat într-un anumit context. Determină responsabilități, oportunități, resurse și puteri asociate cu apartenența la un anumit gen. Femeile se află adesea într-o poziție dezavantajată în multe țări, mai ales în cele în curs de dezvoltare, așa că au vulnerabilități distincte ce modelează felul în care experimentează schimbarea climatică și dezastrele naturale. Totuși, aceleași forțe distructive ale schimbărilor climatice creează o oportunitate pentru femei, ca agenți ai schimbării, de a aduce în discuție inegalitățile de gen. Includerea cunoștințelor și vocilor a 50% din populație în stabilirea măsurilor de reducere a riscurilor, precum și de reacție în fața unui cataclism, este un aspect vital. Abilitățile femeilor, inclusiv cele mai afectate, trebuie folosite. Încep să se observe semnele unor probleme apărute ca urmare a schimbării climatice, dar dezastrul uman se întâmplă chiar acum, sub ochii tuturor.

Femeile și natura

Eco-feminismul analizează legăturile dintre femei și natură. Termenul a apărut la mijlocul anilor 1970 și a fost folosit pentru prima dată de feminista franceză Françoise d`Eaubonne ca să aducă laolaltă cele două ideologii ale feminismului și mediului și totodată să le provoace pe ambele. Se bazează pe o îngrijorare a mișcării ecologice cu privire la impactul activităților omenești pe planetă, iar din perspectivă feministă, susține că omenirea nu este imparțială în ceea ce privește genul și că în această ecuație femeile sunt subordonate, exploatate și oprimate.[1]

Pentru tot mai multe femei din lume, schimbarea climatică este o amenințare crescândă, care ne afectează în diferite proporții. Fie că se află în țări dezvoltate sau în curs de dezvoltare, la nivel global, în primul rând femeile se confruntă mai mult cu sărăcia și au mai puțină putere socio-economică decât bărbații, din cauza modului în care sunt împărțite rolurile, responsabilitățile și normele culturale. În momente de vulnerabilitate climatică, este și mai greu pentru femei să își revină după dezastre naturale care afectează infrastructura, casele și veniturile. Femeile sunt mai predispuse să facă sacrificii ca să-și protejeze familiile, de exemplu să mănânce mai puțin și să se asigure că nimeni nu rămâne flămând. După un uragan uriaș în insula Dominica, în septembrie 2017, 76% dintre femeile agricultoare au raportat pierderi majore, iar unele femei nu s-au putut întoarce imediat la muncă din cauza distrugerii caselor în care locuiau. Mare parte din veniturile pe care femeile le aveau de pe urma fermelor era folosită pentru a ține copiii la școală. Până când femeile nu au reușit să-și crească din nou culturile, pentru cel puțin câteva luni, le-a fost imposibil să revină la normal.

Câteva informații rapide:

- Potrivit informațiilor din 141 de țări care au fost afectate de un dezastru natural între 1981 și 2002, dezastrele scad speranța de viață a femeilor mai mult decât pe cea a bărbaților.
- În timpul unui dezastru natural, femeile și copiii au de 14 ori mai multe șanse să moară decât bărbații.
- După un dezastru natural, crește posibilitatea ca femeile să devină victime ale violenței domestice și sexuale; multe chiar evită să folosească adăposturile, pentru că le este teamă să nu fie agresate sexual.[2]

Femeile pot face diferența

La începutul cărții am vorbit despre „dezvoltare durabilă", o definiție-cheie folosită de guverne la nivel global și de ONU pentru a propulsa lumea noastră mai departe. Dacă politicile de schimbare climatică au ca scop asigurarea unui viitor sustenabil îmbinând dezvoltarea cu problemele de mediu, ele au obligația să țină cont de interesele tuturor părților implicate. Asta înseamnă să așeze femeile în centrul tuturor negocierilor, colaborărilor și viziunilor pentru o dezvoltare durabilă echitabilă, ca a bărbaților. Eco-feminiștii ar argumenta că societățile și sistemele vor continua să favorizeze bărbații în detrimentul femeilor și al planetei, dacă femeile vor lipsi în continuare din conducere, din pozițiile și procesele de decizie, acolo unde mediul nu joacă un rol-cheie.

A lupta pentru egalitate este un lucru, dar să crești conștientizarea asupra barierelor instituționale care îi împiedică pe cei oprimați să aibă șanse egale ne forțează să reevaluăm motivul pentru care societatea este structurată așa cum este și de ce ne purtăm așa cum ne purtăm.

Poate că ai citit aceste prime paragrafe și te-ai întrebat: „Doamne, cum a ajuns cartea asta la discuții despre drepturile femeilor și eco-feminism – un subiect serios și controversat?" Ca femeie autor am simțit că este responsabilitatea mea să dedic un capitol femeilor și schimbării climatice, pentru că subiectul este frecvent neglijat de presa obișnuită.

Dezvăluindu-ți poveștile și experiențele unor femei sper ca tu, cititorul, să începi să observi schimbarea climatică dintr-o perspectivă nouă: să privești problemele de climă nu doar în funcție de ceea ce vedem că se întâmplă în jurul nostru, ci și din punctul de vedere mai profund al feminismului.

Pe lângă toate acestea, noi, femeile, avem rutine zilnice și activități diferite de ale bărbaților, așa că obiceiurile noastre de înfrumusețare și stilul de viață pot avea un impact pozitiv asupra mediului.

Acest capitol își propune să zugrăvească o imagine de ansamblu asupra felului în care schimbarea climatică afectează femeile din toată lumea și apoi să readucă discuția la nivel individual, la felul în care femeile pot face alegeri mult mai sustenabile pentru sânătatea și casa lor.

Schimbarea climatică este o problemă feminină

Nu voi uita niciodată ziua în care am citit un articol în ziarul *The Guardian* despre creșterea numărului de copii-mirese în Africa, din cauza schimbării climatice. Titlul articolului mi s-a părut exagerat, dar pe măsură ce am cercetat mai departe, am realizat că era perfect plauzibil. În fiecare an vremea devine mai caldă. În fiecare an ploile sunt mai puțin previzibile: fie vin prea târziu și culturile nu rodesc, fie este prea multă apă și inundațiile distrug terenurile. În fiecare an productivitatea scade. În fiecare an există mai puțin pește în râuri și în mare. În fiecare an familiile au mai puțini bani, până ajung în final la o singură soluție: fetele trebuie să plece de acasă, chiar dacă au abia 13 ani, și să se mărite, ca să fie destulă mâncare pentru restul familiei. În 2015, UNICEF a avertizat că în toată Africa, numărul total de mirese-copii ar putea ajunge mai mult decât dublu, 310 milioane până în 2050, dacă tendințele climatice actuale continuă.[3]

În Africa Centrală, unde până la 90% din Lacul Ciad a secat, grupurile locale se află în mare pericol. Pe măsură ce lacul se evaporă, femeile trebuie să meargă mult mai departe după apă.

Pe măsură ce temperaturile din zonele rurale ale Sudanului au crescut, dereglarea ploilor a dus la secetă, așa că bărbații din sate migrează la oraș, în căutarea unui loc de muncă. Astfel, rolul femeilor agricultoare a crescut ca urmare a efectelor schimbării climatice. Tot mai multe femei pot fi văzute săpând pământul și împrăștiind semințe peste ogoare. Femeile, ale căror roluri tradiționale au fost să aibă grijă de copii și de casă, au primit roluri diferite în cadrul familiei, de exemplu au devenit cele care asigură hrana, în timp ce bărbații lor au plecat să încerce să asigure venituri stabile.[4]

La începutul tsunami-ului din 2004, organizația caritabilă Oxfam a raportat că în Sri Lanka, Indonezia și India au supraviețuit aproape de trei ori mai mulți bărbați decât femei. Deși nu există un motiv anume pentru aceasta, mai degrabă bărbații știu să înoate, iar femeile au pierdut timp prețios în timpul evacuării, încercând să-și găsească copiii și celelalte rude.

Distrugerea patriarhatului, nu a planetei

Nu am menționat aceste povești ca să te fac să plângi, ci pentru a le încuraja pe femei să conștientizeze ce vulnerabilități avem în contextul climatic, să ne mobilizăm și să acționăm în beneficiul fiecăreia dintre noi. Femeile înseamnă jumătate din lume și totuși există discrepanțe uriașe de reprezentare în guverne și în organizațiile care lucrează pe probleme de schimbare climatică.

Vocile mai multor femei trebuie incluse în stabilirea politicilor, în procesele de planificare și decizie la cel mai înalt nivel,

în ceea ce privește schimbarea climatică, pentru a crea noi drepturi, care să asigure un viitor mai bun. Pentru a vedea că la nivel global dispar realități și întâmplări precum cele relatate înainte, trebuie să ne asigurăm că hotărârile luate de liderii pe care îi alegem ne reprezintă:

- Încurajează implicarea femeilor – inclusiv a femeilor și grupurilor locale – în probleme de negociere și management al resurselor, în domeniul schimbării climatice. Participarea la astfel de acțiuni le asigură femeilor acces la resurse și le oferă șansa de a fi prezente la dezbateri și la procesele de adaptare.
- Se asigură că factorii de decizie înțeleg că degradarea mediului și schimbarea climatică le afectează pe femei într-un mod diferit față de bărbați.
- Promovează abordări receptive la problemele de gen pentru finanțarea rezolvării aspectelor climatice.
- Investește în tehnologii și inițiative care favorizează sustenabilitatea și sursele regenerabile de energie ce pun în valoare cunoștințele femeilor, nevoile și rolurile lor.
- Integrează strategii de mediu în planificarea familială și programele de sănătate pentru femei și invers.[5]

> ***Sabita – coordonator de siguranță***
>
> Când punem în practică toate cele de mai sus, incluzând femeile și oferindu-le instrumente cu care să acționeze în fața schimbării climatice, asistăm la povești cum este cea a Sabitei, din Bangladesh.
>
> Sabita, în vârstă de 42 de ani, nu este o mamă oarecare, cu trei copii. Când un ciclon a lovit în 2013 satul în care locuiește, prevederea ei de a face antrenament în caz de urgență, ca să

> fie pregătiți în fața unor astfel de furtuni, a ajutat la salvarea vieților a 500 de oameni. Sabita trăiește într-una dintre cele mai izolate zone din sudul Bangladeshului, unde se întâmplă din ce în ce mai multe fenomene meteorologice periculoase, provocate de schimbarea climatică. ActionAid a pregătit-o să poată organiza un grup alcătuit din femei, care s-au anunțat una pe alta când au văzut că vine furtuna și, cu calm, să ducă oamenii într-un loc sigur, când a venit dezastrul. Sabita și celelalte femei au făcut un pact că vor face echipă și data viitoare când se vor confrunta cu orice alt pericol climatic.[6]

Luptătorii pentru mediu

În lume există femei care muncesc continuu pentru binele planetei, iar acest capitol ar fi incomplet dacă nu aș menționa câteva dintre cele care aduc schimbarea și ne inspiră. Există femei care activează în sfera protecției mediului și care deschid noi drumuri pentru creativitate, educație, știință, activism și luptă în fiecare zi pentru protejarea planetei noastre și a generațiilor viitoare. Unora dintre ele le mulțumim pentru că au creat oportunități și pentru că acum putem să consolidăm bazele pe care le-au așezat ele, altora le putem observa și urmări activitatea pe măsură ce mișcările de mediu și conservare se dezvoltă tot mai puternic. Iată câteva femei-luptătoare care revoluționează lumea, în cea mai prolifică perioadă a lor:

Jane Goodall, Regatul Unit

În 1960, Jane Goodall a început să studieze cimpanzeii sălbatici. A observat în profunzime felul în care aceștia trăiau, ocolind procedurile rigide, ajungând să descopere lucruri uimitoare

despre comportamentul primatelor. A continuat să-și modeleze discursul științific ca autor, realizatoare de film și să susțină conservarea ecologică prin *Institutul Jane Goodall*, un ONG care se concentrează pe educarea tinerilor, măsuri de conservare și practici solide de mediu pentru întreaga lume.

Greta Thunberg, Suedia

Greta Thunberg a devenit unul dintre cei mai cunoscuți activiști de mediu prin protestele ei săptămânale, „Vinerea pentru viitor". La 16 ani, Greta a fost nominalizată la Premiul Nobel pentru Pace și a vorbit la ONU, Forumul Economic Mondial și în fața guvernelor din toată lumea. Cunoscută pentru curajul cu care vorbește despre ceea ce numește ea „criza climatică" și felul în care trage la răspundere politicienii pentru lipsa lor de acțiune, Greta a mobilizat milioane de tineri în sprijinul mișcării sale.

Dr. Sylvia Earle, SUA

De peste 40 de ani, Sylvia Earle s-a aflat în fruntea acțiunilor de explorare a oceanului. După ce în 1970 a fost primul căpitan al unei echipe integral feminine ce trăia sub apă, Earle a condus peste 50 de expediții și a acumulat peste 7 000 de ore sub apă. În 1979, a mers pe fundul mării fără cordoane de siguranță la cea mai mare adâncime atinsă până atunci de o femeie. În 1980, a fondat companiile *Deep Ocean Engineering* și *Deep Ocean Technologies*, pentru a proiecta vehicule submarine care să le permită oamenilor de știință să lucreze la adâncimi inaccesibile până atunci. La începutul anilor 1990, a fost coordonator științific pentru *National Oceanographic and Atmospheric Administration*. De curând, dr. Earle a folosit banii primiți de la un premiu TED pentru a fonda o organizație non-profit pe nume

Misiunea Albastră, dedicată înființării de rezervații marine protejate, în toată lumea.

Isabel Wijsen și Melati Wijsen, Indonezia

Isabel și Melati au înființat *Bye Bye Plastic Bags* pe când aveau 10, respectiv 12 ani, fiind inspirate de o lecție școlară despre importanța unor oameni precum Nelson Mandela sau Mahatma Gandhi. Surorile s-au întors acasă în ziua aceea și s-au întrebat: „Noi, care trăim în Bali, ce am putea face *acum*, pentru o lume mai bună?" Erau deranjate de impactul negativ pe care utilizarea plasticului îl avea în comunitatea lor. Indonezia este al doilea cel mai mare poluator cu plastic din lume, după China, iar guvernul lor a declarat că se confruntă cu o „urgență în ceea ce privește gunoiul". Ținta lor era să-i convingă pe locuitorii din Bali să spună nu sacoșelor din plastic și așa a apărut *Bye Bye Plastic Bags*, un ONG condus de tineri, care a crescut și a devenit acum o celebră mișcare internațională ce inspiră și încurajează tinerii. Mișcarea lor a deschis drumul către interzicerea oficială a sacoșelor de unică folosință din plastic, a paielor și polistirenului pe teritoriul insulelor Bali.

Christiana Figueres, Costa Rica

„Imposibil nu este un fapt, este o atitudine", spune Christiana Figueres, femeia hotărâtă să salveze lumea de încălzirea globală, care ne-a ajutat să ne schimbăm atitudinea cu privire la schimbarea climatică. Christiana era responsabilă de fundamentalul *Acord Climatic de la Paris* și a făcut istorie atunci când a reușit să concretizeze un acord de referință pentru limitarea pe viitor a emisiilor de carbon. A fost desemnată Secretar Executiv al Convenției-Cadru ONU pe probleme de Schimbare Climatică

și a susținut, timp de șase ani la rând, sesiuni globale de negociere, pentru a convinge guvernele că este în interesul propriilor țări să se implice în dezvoltarea durabilă. Rezultatele acțiunilor sale? 189 de guverne au trimis spre aprobare, la ONU, planuri multilaterale pentru gestionarea schimbării climatice. Este un munte de optimism și speranță, un erou al tinerilor și al tehnologiilor curate, o femeie hotărâtă să lase în urmă o lume mai bună decât cea de acum.

Nu există „alta"

Privind pozitiv lucrurile, există aspecte din viața noastră cotidiană care diferă de ale bărbaților, cum ar fi grija pentru frumusețe, copiii și menstruația, unde noi, ca femei, ne putem mobiliza să reducem cantitatea de deșeuri personale și să trăim mai sustenabil. Când vorbim despre eco-feminism, ajungem mereu la gândire incluzivă, dinspre ambele sexe, și atunci conversațiile despre copii, ciclu și standarde de frumusețe cer o atenție specială din partea ambelor tabere, pentru a înțelege complexitatea acestor subiecte.

Acțiunile și deciziile generațiilor anterioare au făcut din planetă un loc nu foarte plăcut pentru noi și când văd atât de multă incertitudine în legătură cu viitorul nostru, al tuturor, unii oameni, cunoscuți drept „Birth Strikers", au decis să nu aibă copii, ca răspuns la dezastrul climatic ce va urma. Este o formă radicală de recunoaștere a felului în care amenințarea actuală deja afectează modul în care unii dintre noi își imaginează că va fi viitorul. Birth Strikers speră să-și canalizeze durerea într-un mod pozitiv și plin de speranță, creând o mișcare politică ce crește gradul de conștientizare asupra gravității crizei climatice,

dar și devenind un grup de sprijin pentru cei care au decis să nu aducă pe lume copii.

#BirthStrike

Manifest

Subsemnații, declarăm că am decis să nu facem copii, din cauza gravității crizei ecologice și a lipsei curente de acțiune din partea guvernelor față de faptul că ne este amenințată existența. Neîncrederea în viitor, lipsa de speranță față de relația speciei noastre cu locul în care trăim și cu cei din jurul nostru, orientarea către activism și rebeliune, sunt motivații comune.

Ce fac „greviștii nașterilor"?

BirthStrike prezintă modul în care amenințarea dezastrului ecologic afectează felul în care ne închipuim viitorul nostru. Este o formă radicală de conștientizare a faptului că pe planeta noastră a început a Șasea Extincție în Masă, din cauza impactului pe care oamenii îl au asupra mediului. BirthStrike este solidară cu mișcarea pentru drepturile mediului, comunitatea academică și științifică ce încurajează acte de revoltă și schimbare a sistemului, cu scopul de a ne salva viitorul cât mai curând.[7]

Pentru mulți dintre noi, ar putea părea o măsură radicală să nu faci copii de dragul naturii, dar mari gânditori cum este Sir David Attenborough au subliniat că populația în creștere este una dintre cele mai mari amenințări pentru viitorul planetei noastre. Cu o populație în plină expansiune, copiii care se nasc în fiecare zi înseamnă mai puțină mâncare pentru alți oameni, mai multă presiune asupra resurselor naturale și, posibil, condamnarea acelor copii la o viață de nesiguranță, pe o planetă nesigură.

N-ar trebui să fim în situația în care unora dintre noi le este pur și simplu frică să aducă pe lume o viață nouă. Pentru unele femei, frica față de ceea ce se întâmplă cu mediul este atât de puternică încât au hotărât să nu facă copii. Pentru multe dintre ele, refuzul de a aduce pe lume o viață a fost o decizie dureroasă emoțional, iar în mediul online au existat atacuri violente împotriva femeilor care au vorbit despre alegerile lor, dar în prezent comunitatea este în creștere, iar activiștii își spun părerile și își împărtășesc experiențele.

Ai vrea să te alături celor de la #BirthStrike?

Pe de altă parte, căutarea unor căi de planificare familială, informarea femeilor și a fetelor din toată lumea și din țările în curs de dezvoltare cu privire la o reproducere sănătoasă poate scădea presiunea asupra mediului înconjurător. Datele arată că, cu cât nivelul de educație al unei femei este mai ridicat, cu atât este posibil să aibă mai puțini copii. Femeile care au absolvit școala primară și care știu să citească tind să afle la școală, în comunitate și prin expunere la rețelele mondiale de comunicare, diferite perspective despre cât de mare ar trebui să fie o familie. Când femeile primesc educație sexuală, cu privire la contracepție, ele pot să-și facă un plan familial și să creeze un cadru mai solid pentru generațiile viitoare.

Menstruațiile și planeta

Așa ceva nu se discută? În niciun caz nu trebuie să trecem peste acest subiect! Este nevoie urgent de o discuție despre menstruație.

În medie, o femeie, un transgender sau o persoană non-binară care are menstruație, va fi la ciclu, în medie, timp de 2 280 de zile și va folosi peste 11 000 de tampoane sau absorbante pe

parcursul vieții.[8] Menstruația este o parte firească și sănătoasă a vieții unei femei; cu toate acestea, în timp ce în multe culturi ciclul este un fenomen cunoscut tuturor, în multe altele acest subiect este încă tabu, iar ideea că a fi la ciclu este ceva rușinos are un impact uriaș asupra femeilor și fetelor din toată lumea. Rezultatul este că produsele pentru menstruație și felul în care știm sau nu să le folosim ne afectează sănătatea și mediul.

Partea plastică a menstruației

Știi din ce este făcut un absorbant sau un tampon? Ai fi șocată să afli că produsele pentru menstruație conțin plastic?

Un absorbant obișnuit conține echivalentul
a patru pungi de plastic.

Multe dintre noi sunt complet neștiutoare referitor la ingredientele riscante pe care le pot conține produsele sanitare și la ce se întâmplă cu ele odată ce le aruncăm. De fapt, producătorilor nu li se cere să dezvăluie ce ingrediente conțin tampoanele și absorbantele, dar în urma descoperirilor făcute, experții în sănătate și activiștii pentru sustenabilitate au simțit nevoia să tragă un semnal de alarmă.

În general, tampoanele și absorbantele sunt făcute din bumbac non-organic, care conține plastic toxic, nebiodegradabil, materiale sintetice precum aditivi petrochimici, lipici, înălbitor, celuloză și diluant. Poftim, ce conțin?!

Unele dintre pesticidele folosite pentru creșterea bumbacului non-organic sunt considerate cancerigene de agenții de mediu din toată lumea și, potrivit OMS, unele toxine găsite în ele au fost corelate cu problemele de infertilitate, cancer și risc crescut de îmbolnăvire. Așa că, da, acum știi exact ce te așteaptă

în tampoanele și absorbantele obișnuite, de la supermarket – este timpul să faci o schimbare. *Acum*.

Neajunsurile ecologice ale produselor sanitare

Ce-am scris mai sus a fost doar din punct de vedere al sănătății, ca să-ți atrag atenția, iar dacă mai ai chef să citești, hai să vorbim despre ciclu din perspectivă ecologică. Magnitudinea poluării cu tampoane și absorbante cauzată anual este un motiv de îngrijorare, mai ales că nu sunt biodegradabile.

O persoană obișnuită care are ciclu aruncă până la 200 de kilograme de produse specifice pe parcursul vieții.[9]

Se estimează că, la nivel global, sunt aruncate anual peste 100 de miliarde de produse de igienă menstruală. Majoritatea nu sunt nici reciclabile, pentru că au intrat în contact cu sângele nostru, așa că vor ajunge pur și simplu la groapa de gunoi. Întrucât produsele conțin plastic, va dura peste 500 de ani pentru fiecare absorbant și tampon să se descompună. Când sunt arse, cum se întâmplă la majoritatea gropilor de gunoi din lume, produsul eliberează (desigur) dioxid de carbon, pe lângă alte emisii toxice. Produsele de igienă menstruală au o amprentă totală de carbon de aproximativ 15 milioane de tone de emisii de gaze de seră pe an, potrivit Programului ONU pentru Mediu. Asta înseamnă echivalentul arderii a 35 de milioane de barili de petrol.

Deși lupta împotriva obiectelor de unică folosință din plastic, cum sunt sacoșele și paiele, a devenit o problemă cunoscută de toată lumea, conversația depre produsele folosite la menstruație este ceva mai delicată. În majoritatea culturilor, este greu să vorbești deschis despre deșeurile generate de menstruație. Adică, hai să fim serioși: până de curând, în țările vestice, reclamele care subliniau cât de discret este acest produs reprezentau sângele

ca pe un misterios lichid albastru. Ca societate, evităm să vorbim pe bune despre ciclu, așa că produsele pentru menstruație nu sunt aruncate așa cum trebuie, deoarece femeile pur și simplu nu au fost educate suficient în această direcție, de la o vârstă fragedă. Nu uita de capitolele anterioare în care am vorbit despre plastic și felul în care se desface în microplastice care rămân zeci de ani în rețeaua noastră de apă și pot ajunge, la un moment dat, în sistemul nostru alimentar. Produsele pentru menstruație sunt întotdeauna în top cinci obiecte găsite în timpul ecologizării plajelor.

Problema contribuției la poluarea cu plastic este doar un aspect, dar produsele pentru menstruație pot de asemenea să răspândească boli și agenți patogeni, din cauza deșeurilor corporale pe care le conțin. Pot pune în pericol comunitățile din apropierea apelor în care ajung. Dar cum ajung, de fapt, în rețeaua de apă? Multe persoane aruncă tampoane și absorbante la toaletă; nu am de gând să vă fac să vă simțiți vinovate, dar vă rog, doamnelor, nu le mai aruncați la WC, aruncați-le acolo unde trebuie.

Este timpul ca femeile să preia controlul asupra problemelor menstruației, să cunoască în mod responsabil tot ce ține atât de aproape de părțile lor intime. Trebuie să știm că noi, ca femei, putem face parte din lupta pentru mediu atunci când ne alegem – și aruncăm – inteligent produsele pe care este folosim lunar:

- Niciodată nu-ți arunca produsele pentru menstruație la toaletă. Niciodată. Aruncă-le așa cum trebuie, la coșul de gunoi.
- Ia în calcul folosirea unor produse reutilizabile de igienă menstruală, cum sunt cupele menstruale, lenjeria pentru ciclu și șervețelele igienice refolosibile. Toate acestea sună cam incomod, dar încearcă-le. S-ar putea să-ți ia timp până

găsești ce ți se potrivește, așa că nu te descuraja dacă prima dată nu merge. Aceste articole care pot fi refolosite te vor ajuta, pe termen lung, să faci și economii.

- Când ai neapărat nevoie de produse de unică folosință, alege branduri organice și transparente, cum sunt acestea (mai bune pentru sănătatea ta și pentru planetă): OHNE, TOTM (Time of the Month), DAME, Freda, Luna Pads.
- Ajută menstruația să devină o problemă publică mai cunoscută astfel:
  1. Cere guvernanților să oblige corporațiile să dezvăluie ingredientele pe care le conțin produsele pentru menstruație.
  2. Încurajează companiile să *nu* mai folosească plastic pentru produsele lor.
  3. Inițiază campanii de lobby pentru oferirea gratuită de produse sanitare pentru femei și fete din toată lumea, pentru a pune capăt problemelor pe care le au persoanele sărace la menstruație.
  4. Susține și află mai multe despre *City to Sea*, un grup care luptă împotriva poluării oceanelor și care a inițiat campania #PlasticFreePeriod.

Frumusețe

Industria produselor de înfrumusețare generează cantități imense de deșeuri. 120 de miliarde de ambalaje sunt produse anual, în lume, de industria cosmetică[10], majoritatea nereciclabile, degradabile abia după sute de ani. Prea multe produse sunt livrate înfășurate în plastic, îndesate între fâșii de hârtie, cutiuțe de carton, sclipici și uneori toate cele de mai sus, pentru

o singură achiziție. Iar produsele pe care le putem recicla, mulți dintre noi nu le reciclează, pentru că pur și simplu nu ne amintim că putem recicla produsele cosmetice. Sau, în cazul în care acele articole ajung la un centru de reciclare, adesea industria n-are răbdare să-și bată capul cu ele și să recicleze produse din materiale diferite.

Totuși, în prezent există multe opțiuni ecologice de produse pentru înfrumusețare, oferite de branduri pentru toată lumea sau branduri de lux. Ia decizii conștiente și responsabile atunci când cumperi astfel de produse și alege-le pe cele ambalate mai simplu, preparate din ingrediente pe bază de plante. Câtă vreme produsul își face efectul asupra fețelor și corpurilor noastre, cui îi pasă dacă ambalajul arată urât, atunci când viitorul frumuseții este mai verde?

- Realimentează, nu cumpăra. Multe companii oferă moduri de reumplere a produselor tale, în loc să le înlocuiască, fie în magazin, fie prin platforme „circulare" de cumpărături, inclusiv livrări la domiciliu.
- Reciclează și reumple. Dacă la început nu ai putut să cumperi sticle reutilizabile, vei descoperi că reciclarea produselor de înfrumusețare a devenit mai simplă, întrucât brandurile încep să pună la dispoziția clienților cutii de reciclare în interiorul magazinelor și puncte de colectare pentru recipiente goale.
- Fii pretențioasă cu plasticul. Bun, în această carte am tot vorbit despre schimbări optimiste, dar sfaturile trebuie să fie și realiste. Produsele complet sustenabile s-ar putea să nu fie prea comode pentru tine și s-ar putea să n-ai prea multe variante în zona ta de cumpărături. Dar caută, cel puțin, produse cu simbolul „Reciclabil" pe ele.
- Fii creativă și refolosește ambalajul.

- Cumpără balsam de buze în cutiuțe de metal, mai degrabă decât în tuburi de plastic.
- Pentru demachiere, în loc să folosești șervețele de față și discuri demachiante de unică folosință, alege discuri reutilizabile, din bumbac, sau bureți făcuți din rădăcini vegetale, în loc de fibre sintetice.
- Nu mai folosi șervețele umede de unică folosință sau șervețele umede pentru bebeluși. A fost o vreme când credeam că șervețelele cosmetice merită Premiul Nobel pentru serviciile aduse femeilor ocupate. Dar acum? Acum știm că inclusiv așa-zisele șervețele biodegradabile ajung la gropile de gunoi sau, și mai rău, provoacă 93% din blocajele de canalizare din Regatul Unit.[11] Rămâi la batistele din bumbac subțire care se pot spăla manual, mai ales că și dermatologii le recomandă, pentru că sunt mai bune pentru piele.
- Strălucește cu grijă. Poate că sclipiciul strigă „distracțieee!", dar n-ar trebui să-l folosești dacă vrei să protejezi mediul. Sclipiciul obișnuit n-ar trebui să fie folosit, pentru că este făcut din particule mici de plastic. Când te speli, ajunge în rețeaua de apă și în oceane și este înghițit de fauna acvatică. Tot mai vrei să strălucești? Alege variante biodegradabile de sclipici de corp, cum ar fi Disco Dust, Eco Glitter Fun sau Bleach London. Există destule alternative, așa că nu te sfii să le încerci la următorul sezon de petreceri.
- Dacă tot faci un duș, renunță la săpunul lichid pe care îl foloseai de obicei și înlocuiește-l cu săpunuri solide.

ECONOMII LA DUŞ

Lăsând deoparte problema ambalajelor, britanicul obişnuit consumă zilnic 142 de litri de apă, folosind cam 50 de litri pentru un duş, apă care ajunge în canalizare. Brandul Aveda şi-a dat seama că am putea economisi aproximativ 27 de litri de apă dacă am reduce cu doar 3 minute timpul petrecut la duş şi dacă am prelungi cu o zi intervalul dintre momentele în care ne spălăm pe cap. În timp ce economiseşti resurse, gândeşte-te la cei peste 840 de milioane de oameni care trăiesc fără să aibă acces la apă curată.

Poluarea datorită spray-urilor

Un alt impact negativ pe care îl are industria cosmetică este poluarea aerului produsă de parfumuri, fixative şi deodorante. Studiile au subliniat că aceste produse emit aceeaşi cantitate de vapori chimici ca şi automobilele. Particulele din aer dăunează stratului de ozon şi plămânilor noştri.[12] Poţi face ceva ca să schimbi lucrurile:

- Foloseşte deodorante şi parfumuri cu bilă.
- Alege uleiuri şi geluri ca alternativă la produsele pentru îngrijirea părului cu pulverizator.

Creme de protecţie solară care îţi fac rău

Industria cosmeticelor a fost luată în vizor în ultimii ani deoarece foloseşte ingrediente controversate. Oxibenzenul, o substanţă chimică des întâlnită în cremele de protecţie solară, este extrem de dăunător pentru recifurile şi ecosistemele oceanului. În fiecare an, aproximativ 14 000 de tone de cremă plină de

chimicale se ia de pe pielea noastră și ajunge direct în mare, transformându-ne obiceiurile pentru protejarea pielii de razele soarelui într-un factor major al deteriorării oceanului. Ce poți să faci:

- Cumpără de la branduri ce au scos din rețetele lor filtrele care conțin substanțe chimice corozive, dar au păstrat un factor de protecție ridicat și au un produs ușor de aplicat pe piele.
- Când cumperi produse de la firme mai mici, există șanse mai mari să folosească ingrediente produse sustenabil, pentru că lanțul de aprovizionare este mai scurt și îl poți verifica mai ușor. Uleiul de palmier, de exemplu, este folosit în aproape jumătate dintre produse. Acest lucru a dus la defrișarea unor zone uriașe și chiar la dispariția unor specii de animale. Ca să eviți problemele ascunse de acest tip, cel mai bun mod ca să afli dacă ingredientele dintr-un produs sunt obținute sustenabil este să verifici dacă au logo-urile *Fair Trade* sau *Rainforest Alliance* pe ambalaj.

Citind acest capitol, fără să-ți dai seama, ai devenit eco-feminist. Când pui în practică obiceiuri prietenoase cu mediul și te identifici cu dorința de a avea o planetă mai sănătoasă, contribui la crearea unei vieți mai bune pentru toți oamenii și toate ființele.

> „Suntem la numai 1,5 metri deasupra nivelului mării și orice modificare, orice creștere a nivelului mării practic va duce la acoperirea insulelor Maldive de apă… Avem dreptul să trăim."
>
> **Mohamed Nasheed,**
> **Ex-președinte al Insulelor Maldive**

Toți oamenii au de suferit

Schimbarea climatică nu face diferență între oameni, ci ne afectează *pe toți*, indiferent de părerile tale politice, de religia în care crezi sau dacă ești de acord sau nu cu democrația. Cu toate acestea, trăim într-o lume unde este simplu să îi învinovățești pe ceilalți: mediul înconjurător este problema altei persoane și tot ea trebuie să o rezolve.

Pentru aceia dintre noi care trăiesc într-un oraș mare, ideea că o furtună puternică și neașteptată ar putea lua casa cuiva, sau că o întreagă țară insulară ar putea să dispară până în 2050 deoarece nivelul mării crește pare ceva de neimaginat. Ne confruntăm deja cu dezastre naturale, foamete și inundații, ca rezultat al schimbării climatice. În viitor, vor veni și mai multe, vor aduce conflicte și războaie în și mai multe țări, iar oamenii nu vor mai avea încredere în discursul politic modern. În 2019, Mozambic, Zimbabwe și Malawi au fost devastate de ciclonul Idai. În Siria, Libia și Yemen, haosul climatic a contribuit parțial la izbucnirea războiului civil. În Guatemala, Honduras și El Salvador distrugerea culturilor, seceta și falimentarea pescăriilor au scos oamenii din case – disperarea nu este o opțiune. Capacitatea țărilor menționate de a-și reveni este grav afectată de condițiile politice instabile și de corupție, dar în cele din urmă, situația climei de pe Terra va cere mai multă atenție din partea politicienilor și relații internaționale mai strânse.

Tema de bază a acestei cărți a fost să prindem curaj să acționăm, fiecare dintre noi, și să recunoaștem că schimbările mici, dacă sunt făcute de mii de oameni, au impact. Lipsa noastră de acțiune a forțat oamenii din alte părți ale lumii să ia atitudine, pentru că au trebuit să se confrunte cu circumstanțe teribile, provocate în primul rând de felul în care consumăm noi, cei

din Vest.[13] Făcând aceste schimbări prietenoase cu mediul, începem să devenim responsabili nu doar pentru binele nostru și al cercului nostru social, ci pentru fiecare ființă care trăiește pe planetă. Este greu să ne imaginăm că ceva rău s-ar putea întâmpla aici, în Vest, și acum, în mediul nostru de acțiune, dar dacă încercăm să empatizăm cu oamenii aceia care se confruntă cu nedreptățile climatice, vom putea construi o adevărată rețea a schimbării.

Ca autoare a acestei cărți, am subliniat constant faptul că provin dintr-un loc privilegiat și, din fericire, trăiesc în Londra, nu trebuie încă să-mi fac griji că va trebui să migrez în altă parte în anii ce urmează și până acum nu am trecut prin vreun dezastru natural. În călătoriile făcute datorită specificului muncii mele, am văzut ce înseamnă impactul schimbării climatice asupra oamenilor și comunităților, dar nu vă voi spune eu această poveste. Iată vocile și poveștile unor oameni din toată lumea, spuse cu propriile lor cuvinte.

Selina Neirok Leem, luptătoare pentru climă din Insulele Marshall

„Ne-au mai rămas 11 ani până vom trece de 1,5 grade Celsius." Această afirmație, făcută de un om de știință norvegian, mi-a răsunat continuu în minte și n-am mai urmărit restul evenimentului. Mă uitam la fețele lor, îi auzeam, dar nu-i ascultam.

Casa mea. Casa mea frumoasă și dragă. Mama, baba, bubu, jimma, rudele, prietenii, vecinii, cunoștințele – toate aceste fețe pentru care lupt. Am pierdut? Asta a fost tot?

Insulele Marshall, o țară insulară aflată la mijlocul distanței dintre Hawaii și Australia, este casa a aproximativ 52 000 de oameni. Casa mea se confruntă cu secete, iar pământul și apa

au devenit sărate, de la apa de mare care a ajuns pe uscat, din cauza eroziunii solului și a inundațiilor. Noi, locuitorii, ne confruntăm cu valuri mai înalte decât zidurile de protecție construite pe țărm, casele ne sunt distruse, mormintele sunt izbite cu o forță cu care numai marea poate lovi, dezgolind rămășițele membrilor familiilor noastre. Ne confruntăm cu uscarea și sărarea culturilor și a pânzei freatice. Apoi din nou, a doua zi, după o noapte grea în care pământul și apa s-au luptat, adunăm resturile. Construim zidul de protecție spart, curățăm gunoaiele pe care apa ni le-a aruncat înapoi, adunăm cu mopul și măturăm apa care ne-a intrat în casă. Ne rugăm pentru binele nostru, împreună sau fiecare separat. Încercăm să ne ascundem frica unii de ceilalți.

Casa noastră riscă să dispară și noi nu acceptăm asta. Conducătorii noștri și tineri lideri au devenit luptători pentru climă, în toată lumea, dar și acasă. Dincolo de mări, vorbim către mii de urechi surde și cerem dreptate climatică pentru casa noastră. Acasă, îi educăm și îi pregătim pe tineri cu privire la schimbarea climatică, la uneltele pe care le au și pe care le pot folosi ca să se mobilizeze, să ne ajute să ne adaptăm și să micșorăm pagubele. Casa noastră este rezistentă și așa vom fi și noi. Nu vom ceda. Oricum, nici nu avem de ales. Nu ne permitem acest lux. Facem ce putem. Și ar fi timpul să începi să-ți faci și tu partea ta. Nu te rog, ci îți cer să faci asta.

Farman, Chitral, Pakistan

Eu sunt Farman. Când eram copil, iarna aveam zăpadă, primăvara și toamna veneau ploi ușoare, iar vara nu ploua deloc. Dar acum, vara se întâmplă să plouă dintr-odată mult și să se producă rapid inundații. În ultimii cinci ani, vremea s-a schimbat mult.

Trecem prin inundații, valuri prelungite de caniculă, crește nivelul mării și al râurilor, plouă prea mult, vin uragane și, din cauza creșterii temperaturii, ghețarii noștri se topesc. În total sunt 282 de ghețari în zonă – 187 dintre ei s-au topit deja și încă 20 au fost declarați periculoși. Ghețarii care se topesc produc inundații, care spală totul în cale.

Din cauza căldurii, nu mai ninge în Chitral; totuși, în satele izolate, de sus, din munți, ninge mult – și, uneori, din senin. Acolo vin și ploi grele, care provoacă avalanșe. Anul acesta, în martie, au murit 9 studenți într-o avalanșă. Tocmai își terminaseră examenele și se duceau acasă.

În orașe, căldura provoacă alte probleme. Oamenii săraci nu au electricitate, așa că nu au apă rece de băut. Apa care curge la robinet este foarte fierbinte și există și ceva probleme sanitare, așa că nu este bună de băut. Oamenii mor din cauza căldurii, iar numărul lor crește în fiecare an.

Totul îi afectează pe cei săraci, în mai multe feluri, întrucât aceștia nu au nici măcar condițiile de bază. Copiii mor de diaree, din cauză că apa se contaminează la inundații și sunt o mulțime de alte boli pe care oamenii le fac din cauza calității apei.

Pakistan se află în top zece țări grav afectate de evenimente meteorologice extreme și este pe locul opt pe lista Globală de Risc Climatic. Estimările spun că în fiecare an, 487 de morți sunt cauzate de accidente care au legătură cu fenomenele meteo extreme. În 2015 au avut loc două inundații grave în satul meu. Am rămas izolați de celelalte orașe și sate timp de două luni, pentru că drumurile și podurile au fost luate de ape. N-am avut electricitate timp de 12 luni, pentru că o întreagă hidrocentrală a fost luată de ape. Acum folosim lemne ca să facem focul și am un mic panou solar, care îmi permite să țin aprinse 3-4 becuri în casă.

Mă bucur că pot să-mi împărtășesc povestea.[14]

Comunități care dispar

Îți poți închipui cum este să-ți faci griji dacă peste 30 de ani vei avea o casă, sau măcar o țară în care să-ți poți crește copiii?

Pentru multe țări insulare în curs de dezvoltare, cum sunt Insulele Marshall, unde trăiește Selina, nivelul mării crește atât de repede că insule cum sunt acestea s-ar putea să nu mai existe până în 2050 sau curând după. Dispar națiuni întregi. Dacă pașapoartele lor nu mai sunt valabile, pentru că țara lor s-a scufundat în mare, unde se pot duce? Unde își vor găsi locul? În acest moment nu există legi internaționale care să protejeze refugiații climatici, și atunci cine le va veni în ajutor? Trăim deja vremuri în care se întâmplă atâtea tragedii și frământări politice, atunci cât vor mai putea rezista națiunile? Trebuie să luăm măsuri, să facem un plan pentru siguranța generațiilor viitoare.

Pentru insulele mici, schimbarea climatică este o provocare nemaivăzută. Greutățile cu care toate țările se confruntă pentru a ține pasul cu impactul schimbării climatice sunt sporite de faptul că au o arie geografică mică, sunt izolate și expuse elementelor naturii, temperaturilor foarte mari, fenomenelor meteorologice extreme mai dese, plus creșterea nivelului mării. Toate acestea cresc riscul de îmbolnăvire și mortalitatea. Adaptarea la schimbările climatice actuale și viitoare este de importanță critică pentru toate insulele mici și trebuie să le mulțumim liderilor care reprezintă generația viitoare, ca Selina, pentru că ne împărtășesc poveștile lor despre ce înseamnă realitatea.

Refugiații climatici

Potrivit Fundației pentru Justiția Mediului, refugiații climatici sunt persoane sau grupuri de persoane care, din cauza schimbărilor climatice bruște sau progresive ce le-au afectat puternic

viețile sau condițiile de viață, sunt obligate să-și părăsească zona de origine și casele, temporar sau permanent, și călătoresc în interiorul țării sau dincolo de granițele ei.[15]

Ideea refugiaților climatici nu este foarte departe de noi. Numai în Regatul Unit, până în 2080, vor fi în pericol un milion și jumătate de case. Fairbourne este un orășel galez idilic, așezat pe coasta Mării Irlandei, străjuit de ape și munți. Dar după ce un zid de protecție împotriva mării a fost spart în 2014, Consiliul Local a decis să nu mai repare întruna zidul și, dată fiind anticiparea creșterii nivelului mării peste tot în lume, au anunțat că Fairbourne va fi „dezafectat" începând din 2045. Ce înseamnă asta? Cei 1 200 de locuitori actuali din Fairbourne vor fi obligați să se mute și, începând de acum, au fost oficial etichetați drept primii refugiați din cauza schimbării climatice, din Marea Britanie. În timp ce Fairbourne se pregătește să șteargă orice urmă de existență umană și pământul se va întoarce în cele din urmă în mare, aceștia nu vor fi ultimii britanici care au o asemenea soartă, pentru că mai există multe alte sate de-a lungul coastelor erodate și câmpiilor inundabile ale Angliei.

Realitatea este, totuși, că schimbarea climatică afectează disproporționat zonele mai sărace ale lumii, lovind mai ales acele comunități care au contribuit cel mai puțin la schimbarea climatică. Amploarea urgenței înseamnă că este nevoie să realizăm că schimbarea climatică este problema tuturor, indiferent de situația financiară. Având asta în minte, noi, ca indivizi, avem responsabilitatea morală să ne pese.

Cum se poate să fim atât de avansați tehnologic și progresiști și totuși să existe situații în care, în unele țări, drepturile omului nu sunt recunoscute, iar oamenii mor de foame cu toate că *avem* destulă mâncare pentru a hrăni pe toată lumea? Copiii mor de boli care pot fi prevenite și o mulțime de ciudățenii meteorologice

lovesc comunitățile și distrug absolut tot. Prin dezvoltarea capitalismului și a consumerismului, ne îndreptăm către un model de existență care exploatează totul la zero, o paradigmă în care câștigul unei persoane echivalează cu pierderile alteia, așa că schimbul de beneficii este, de fapt, zero.[16]

Te poți gândi la asta ca la o persoană dintr-o țară dezvoltată care folosește mai multă energie și provoacă o creștere a nivelului mării într-o mică țară insulară și o altă persoană a cărei casă este literalmente luată de apă. Sau poate ca la o persoană care taie o parte din pădure ca să-și construiască o casă, iar rezultatul este că mor o mulțime de plante și animale.

Acest capitol le-ar putea părea unora dintre cititori dramatic și apocaliptic. Poate că trăiești într-un oraș în care așa ceva nu te va afecta niciodată, sau te întrebi de ce ar trebui să te emoționeze faptul că se întâmplă astfel de lucruri. S-ar putea să evităm responsabilitatea închizând ochii în fața efectelor vizibile din locurile în care trăim și să spunem că este prea târziu ca să mai facem ceva, dar dacă facem asta, îi condamnăm pe alții să trăiască în sărăcie cruntă sau chiar să moară. Nu putem controla ce se întâmplă din cauza fenomenelor meteo extreme, dar cei care au trăit înaintea noastră au provocat aceste dereglări, iar acum este timpul să contracarăm acele acțiuni.

Clima se schimbă – poți s-o faci și tu

Acționând conform oricăruia dintre sfaturile din această carte, vei arăta că îți pasă de mediu și ajutând planeta, probabil vei ajuta oameni din toată lumea. Dar poți face mai mult:

Citește și știri din afara ariei tale obișnuite de interes și află ce se întâmplă în lume.

Cere-le guvernanților să recunoască statutul refugiaților climatici și să susțină un nou acord legal care să le garanteze drepturile. Aceste populații nu au în prezent niciun fel de sprijin legal, iar organizații precum Fundația pentru Justiția Mediului fac o treabă incredibilă încercând să le ajute să-și facă vocile auzite: www.ejfoundation.org.

Când dai de o poveste despre comunități globale afectate de schimbarea climatică și dezastre naturale, împărtășește știrea cu cei din cercul tău de prieteni sau pe canalele tale sociale. Când Amazonul a început să ardă și presa generalistă nu relata despre subiect, oamenii s-au orientat către rețelele sociale și au creat un tărăboi uriaș. Arătând spre fapte care ar putea necesita mai multă atenție, când presa internațională nu își face treaba, tu ești cel căruia îi pasă.

Urmărește mai multe documentare și mini-serii despre impactul schimbării climatice.

Urmărește mișcări precum Extinction Rebellion și Greenpeace, ca să mărești puterea colectivă a oamenilor și să simți că faci parte din ceva mai mare, unde oamenii, împreună, luptă împotriva schimbării climatice.

> „Uneori, când vrei să faci o schimbare, este necesar să întorci lumea pe dos, nu doar pentru că așa-i mai bine, ci pur și simplu pentru că așa este cel mai bine."
>
> **Selina Neirok, o fată care trăiește pe o insulă mică, dar are visuri mari**

Concluzie: clima se schimbă – tu vrei să te schimbi?

„(Poate că) ceea ce faci este insignifiant, dar este foarte important să o faci."

Oumarou Ibrahim

Trăim într-o lume incredibil de complexă în care nu există un răspuns unic, al niciunei industrii, care să poată rezolva imediat criza climatică pe care o trăim acum.

Să faci ceva cu sens înseamnă să fii o parte din soluție.

Nu putem ajunge la sustenabilitate câtă vreme ignorăm inegalitățile.

Trebuie să luptăm cu ignoranța, să răspândim cunoașterea și resursele și să deschidem drumul pentru cei ce vin în urma noastră.

Un avertisment pentru omenire: avem doar 12 ani
la dispoziție ca să schimbăm radical lucrurile,
înainte să trecem de punctul în care nu mai este
cale de întoarcere.

Fii un om bun.

Fii mulțumit de alegerile tale.

Spune mai departe.

Dorința de a avea o planetă mai bună
începe cu a alege diferit.

Refuză. Redu. Reciclează.

Propriul tău optimism este ceea ce va susține
adevărata infrastructură a schimbării globale.

E timpul să laşi negativismul deoparte.
Ştirile despre dezastre, rapoartele ştiinţifice:
foloseşte-le pe post de catalizatori ai schimbării.

Comportamentul responsabil social este la modă.

Reconectează-te şi ia în considerare
ceea ce ai deja

Dezvoltarea sustenabilă este acea dezvoltare care satisface nevoile prezentului fără să afecteze iremediabil capacitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi.

Nu uita niciodată de felul în care schimbarea climatică afectează oamenii, pentru că data viitoare s-ar putea să ți se întâmple ție, familiei sau comunității tale.

„Aceasta este provocarea morală a generației noastre. Nu numai că lumea are ochii ațintiți asupra noastră. Mult mai important este că generațiile viitoare depind de noi. Nu le putem fura copiilor viitorul."

Ban Ki-Moon, ex-secretar general ONU

Punctul de pornire

Cercetarea unor sisteme complexe a arătat că planeta noastră este în pragul unui dezastru ecologic şi a unui val violent de inegalitate socială. Oameni de ştiinţă foarte avizaţi avertizează că planeta noastră se confruntă cu o criză climatică îngrozitoare şi omenirea trebuie să afle că mai avem doar 12 ani la dispoziţie ca să schimbăm mersul lucrurilor, înainte să fie prea târziu. Subiectele prezentate în această carte arată o mică parte din ceea ce se întâmplă în diferite industrii şi cum contribuie ele la schimbarea climatică. De asemenea, oferă o imagine de ansamblu asupra posibilelor alternative şi soluţii prezente şi viitoare. Dacă vom continua ca până acum, producând cât mai multe haine anual, generând la fel de multă risipă alimentară şi aruncând obiecte de unică folosinţă din plastic, distrugerea continuă a naturii, pădurilor şi oceanelor va pune în pericol posibilitatea noastră de a respira aer sânătos şi de a bea apă curată. Continuăm să luăm, fără să dăm prea mult înapoi.

Obiectivul a fost clar în ultimii 30 de ani pentru oamenii de ştiinţă, afacerişti şi politicieni, dar niciunul dintre ei n-a făcut vreun progres semnificativ în protejarea naturii. Când vine vorba despre felul în care ne folosim banii, brandurile care lasă costurile în seama consumatorilor dau dovadă de laşitate. Atenţia de care poţi da dovadă, alegând de unde şi cum îţi faci cumpărăturile, reprezintă un instrument incredibil de puternic, pentru că aşa contribui la o societate de consum sustenabilă. Sustenabilitatea nu este o fază trecătoare, o modă; viitorul afacerilor cere să ai un scop, etică şi grijă pentru mediu în centrul setului de valori.

Toţi trebuie să mâncăm, toţi trebuie să ne îmbrăcăm, toţi avem nevoie de energie şi ne dorim case fără substanţe toxice

pentru familiile noastre. Pentru industriile despre care am vorbit în această carte, de la modă la mâncare și obiecte din plastic, sustenabilitatea deschide noi oportunități de afaceri. În ceea ce privește interesul manifestat de domeniile menționate mai sus, ritmul în care se mișcă este prea lent, așa că responsabilitatea schimbării se află în mâinile tale.

Multe guverne, organizații internaționale și companii continuă să vorbească, să negocieze și chiar să organizeze evenimente în toată lumea, la care persoane influente discută despre schimbarea climatică, promit acțiune și un viitor mai bun. Rapoartele ONU vorbesc despre consecințele dezastruoase ale încălzirii globale cu 2 grade Celsius și despre sistemul planetar care a ajuns la limita colapsului. Adevărul este că lucrurile deja se întâmplă, iar noi vedem efectele în diferite părți ale lumii, când ascultăm poveștile unor comunități care au pierdut tot ce aveau din cauza poluării și a schimbărilor meteorologice.

În prezent, casele unor oameni sunt literalmente luate de ape, dezastrele naturale distrug regiuni întregi, cu o viteză nemaivăzută și lasă în urmă milioane de refugiați în toată lumea, oameni care nu mai au un loc al lor din cauza schimbării climatice și a lipsei de protecție din partea legilor internaționale. Mii de tineri din țări insulare în curs de dezvoltare sunt îngroziți de gândul că în viitor nu vor mai avea o țară. Schimbarea climatică îi afectează pe cei mai vulnerabili oameni din lume, dar nu uita că tu, familia sau comunitatea din care faci parte, ați putea fi următorii afectați de fenomenele meteorologice imprevizibile sau de natura în schimbare.

În capitolul de început, am explicat că această carte reprezintă vocea unor oameni ale căror vieți se schimbă dramatic din cauza schimbării climatice. Primele și cele mai afectate zone sunt cele mai sărace regiuni de pe Pământ și cele mai puțin reprezentate,

care nu au o platformă necesară pentru a-şi face cunoscute poveştile.

Cartea mea este pentru cei care nici nu sunt încă aici, nu s-au născut încă. Cartea îţi cere să empatizezi cu cei nenăscuţi şi cu oamenii săraci din zona sudică a planetei şi să îţi schimbi stilul de viaţă ca urmare a nevoilor lor – ceva ce omenirea n-a mai făcut până acum. Este timpul să înceapă să ne pese şi de alţii, nu doar de noi.

Rezultatele acţiunilor noastre de-a lungul istoriei se văd peste tot şi nimeni nu poate spune cu precizie când va fi următorul moment în care civilizaţia va fi anulată. Salvarea climatică va fi formată dintr-o serie de transformări şi va veni ca rezultat al acţiunilor hotărâte şi persistente ale unei mase critice de oameni implicaţi, cum eşti tu. În ciuda şanselor care nu par să ne favorizeze, nu există un precedent sau o hartă pentru cei ce se ocupă în prezent de dezbaterile despre climă; nu există cărţi sau documente vechi care să ne spună ce trebuie să facem când planeta ajunge în impas. Citind această carte, poate că ai trecut printr-o serie de emoţii, de la vină la tristeţe, depresie, confuzie cu privire la situaţia adevărată a planetei noastre. Totuşi, intenţia nu este să te întristez, intenţia acestei cărţi este să fie un instrument care să te sprijine, să îţi ofere cunoaştere şi să te ghideze ca să ajungi să faci lumea mai bună, prin alegerile tale.

Schimbarea climatică nu este nici o problemă de clasă: este o problemă de viaţă şi de moarte pentru *toate* fiinţele vii de pe planeta noastră. De unde să începem? De la a ne interesa, a avea empatie, a susţine firmele etice şi a folosi şi a avea cele necesare acum fără să compromitem nevoile generaţiilor viitoare. Empatia, compasiunea şi omenia – trei cuvinte care, dacă sunt puse în practică, vor fi baza revoluţiei de mediu de care avem atât de multă nevoie.

Nu este vorba să devenim atât de conştienţi încât să ne punem pe noi în poziţii dificile şi să ne ocupăm de probleme prea mari pentru puterile noastre; aşa apare suprasolicitarea cognitivă, care blochează acţiunile climatice. Nu este vorba nici despre a crede că schimbarea climatică este responsabilitatea altcuiva şi ca urmare este o scuză ca noi să nu acţionăm. Multora dintre noi ne este bine în lume; simţim că propriul ecosistem este stabil şi sigur, pentru că efectele schimbării climatice nu ne izbesc în faţă. Din cauza acestui sentiment de siguranţă, putem deveni refractari la schimbare, dar când începem să asociem efectele schimbării climatice cu sistemele mai apropiate de noi, putem să ne asumăm reorganizarea vieţilor noastre.

Uneori, istoria are un mod al ei de a forţa oameni obişnuiţi să se ridice la înălţimea circumstanţelor, punându-i în situaţii la care nu s-ar fi aşteptat. Vrei ca într-o bună zi nepoţii tăi să te privească dezgustaţi şi să te întrebe: „De ce n-ai făcut nimic, când încă mai era timp să opreşti nenorocirea?" Trebuie să ne pregătim să putem face faţă viitoarelor generaţii când ne vor întreba ce am făcut în momentul în care ne-am dat seama că viitorul nostru era în pericol. Dacă ai bani, capital social şi cultural şi un cămin stabil, sunt şanse mai mari să îţi permiţi să aplici mai multe dintre schimbările propuse de această carte.

Suntem conectaţi într-un mod semnificativ mai intens decât am fost vreodată – vieţile noastre se întrepătrund. Ajutaţi de acces la instrumente şi resurse fără precedent, cu un singur click putem să învăţăm şi să aflăm aproape orice. Datorită globalizării şi internetului, suntem cea mai informată generaţie. Lumea noastră este atât de bine conectată tehnologic încât nu mai există graniţe. Nu suntem limitaţi de graniţe – fiecare gest pe care îl facem, fiecare lucru pe care îl spunem, are impact la nivel global. Cei mai mulţi dintre noi avem atât de multă autonomie şi

atât de mult control asupra propriilor vieți. Vocile acelora dintre noi care sunt suficient de norocoși încât să trăiască într-o democrație se aud tare și clar. Putem folosi instrumente precum rețelele sociale nu doar ca să ne conectăm, ci și ca să expunem o nedreptate, un brand, să cerem mai mult de la liderii noștri, de la firme și de la semenii noștri, referitor la ce vrem și ce nu vrem să se întâmple cu lumea noastră.

Am scris această carte ca să demontez stereotipuri. La începutul povestirii mele se află o femeie care a reușit să schimbe din interior o industrie, folosind mijloace creative de creștere a conștientizării și care a deschis discuția despre schimbarea climatică. Nu sunt un activist pentru climă care scoate bani din această temă sau care și-a făcut o carieră digitală dând sfaturi. Cartea mea a apărut dintr-un sentiment de neadaptare, din grijă și din dorința de a acționa, oriunde și oricând a fost posibil. Să-ți pese de oameni și de planetă înseamnă să împărtășești idei. Înseamnă să înțelegi perspective diferite. Să creezi dialog și să aduci împreună cele mai deosebite grupuri. Înseamnă să recunoști că, la scară globală, schimbarea climatică este cea mai mare amenințare ce planează asupra generației noastre – să recunoști că tu ești schimbarea.

Ni se spune adesea să fim într-un anumit fel și să fim mai dedicați proiectelor curajoase și ambițioase. Multă vreme, în activismul de climă a existat impresia că există doar două tabere în această discuție: „Noi", cei ce cred în schimbarea climatică, versus „Voi", cetățenii obișnuiți – cei „buni" împotriva celor „răi". Ni se spune adesea că este treaba guvernului să rezolve criza și că dacă îți pasă de mediu, singura cale este o acțiune radicală individuală. Trebuie să produci zero deșeuri, să devii vegan și să fii cât se poate de debranșat de la utilități, altfel vei înfrunta consecințe catastrofale, într-un viitor climatic distopic. Da, este nevoie

de acțiuni radicale, dar fiecare om are nevoie de propriul catalizator și punct de pornire în călătoria sa de împrietenire cu mediul. Sper că această carte te-a încurajat să începi de undeva sau să-ți continui călătoria deja începută – făcând acest lucru, devii parte din soluția la problema climatică și protejezi planeta, în beneficiul generațiilor viitoare.

Costul lipsei de acțiune este prea mare. Este important să-ți amintești cât de gravă este situația, chiar în timp ce stai confortabil și citești această carte. Dacă fiecare consumator ar înceta chiar acum să mai folosească mașini și avioane, să cumpere articole de modă rapidă, să mănânce carne și să arunce obiecte din plastic, problemele nu s-ar rezolva peste noapte. Pentru că aceste eforturi nu sunt decât o picătură într-un ocean uriaș de rău pe care oamenii l-au făcut planetei noastre – și încă într-un timp atât de scurt. Dar ceea ce *putem* să facem și va fi la fel de semnificativ este să cultivăm un mediu care susține aceste schimbări și educă generațiile viitoare. Acum putem construi o infrastructură care să ajute omenirea să evolueze, putem să ne îndreptăm greșelile și să investim în idei și soluții care pot construi un viitor mai bun pentru copiii noștri.

Destul cu ura, destul cu învinovățirea – acum este timpul să acționezi. Tu, în călătoria ta, făcând ceea ce poți să faci. Nu contează cine ești sau unde ai ajuns în viață și câți bani ai, poți să-ți faci partea, ca să ajuți la salvarea planetei. Există mai multe sfaturi și trucuri pentru a duce o viață mai sustenabilă decât ar putea încăpea în paginile unei cărți. Fie că faci o schimbare, cinci sau zece dintre cele propuse în această carte, sper ca ele să te facă să simți că ai atins un obiectiv mai înalt.

Te vei schimba?

Speranța înseamnă să aștepți. Curajul înseamnă să te ridici și să treci la acțiune.

Dacă un anumit subiect, tratat în această carte, chiar ți-a atras atenția, începe-ți propria campanie, fie că este vorba de o politică tip „fără plastic la muncă", fie că vei face alegeri mai etice în ceea ce privește moda, sau pur și simplu îți vei îmbunătăți dieta, trecând la produse locale și o hrană bazată mai mult pe plante. Începe azi prin a te întreba: dacă lucrurile s-ar putea schimba, cum și ce ai vrea să se schimbe, la modul ideal? Vocea și acțiunile tale sunt cele mai importante lucruri pe care le ai.

- Începe să discuți cu prietenii și familia despre părerile tale.
- Ca să ajungi la mai mulți oameni, folosește rețelele sociale pentru a pune întrebări, a susține opinii și a cere sprijin.
- Scrie-le reprezentantului tău parlamentar și celor din guvern.
- Scrie-le brandurilor tale preferate.
- Expune brandurile mincinoase pe rețelele sociale.
- Alătură-te unui protest.
- Mobilizează-te împreună cu alții.
- Apără împreună cu alții.
- Educă împreună cu alții.
- Acționează împreună cu alții.
- Ne avem unii pe ceilalți, iar asta ne face să fim împreună.

Ține minte: aceasta este o călătorie. Schimbările semnificative ale stilului tău de viață, oricât de mari sau mici vor fi, nu se vor întâmpla imediat, așa că, pe măsură ce începi acest proces, aici găsești spațiul necesar (4 pagini) ca să-ți notezi câteva gânduri despre schimbările climatice și impactul lor:

- Stabilește *de ce* îți pasă de mediu, de oameni și de generațiile viitoare.
- Evaluează-ți stilul de viață, obiceiurile, modelele de cheltuieli și de producere a deșeurilor.
- Până la urmă, clima se schimbă – te schimbi și tu?

Gânduri despre schimbarea climatică

Note

Introducere

[1] www.theguardian.com/environment/2018/oct/30/humanity-wiped-out-animals-since-1970-major-report-finds
[2] www.vox.com/energy-and-environment/2019/5/17/18626825/alexandria-ocasio-cortez-greta-thunberg-climate-change

Capitolul 1

[1] www.cencoos.org/learn/oa/intro
[2] www.bbc.co.uk/news/science-environment-11833685
[3] www.bbc.co.uk/news/science-environment-11833685
[4] dictionary.cambridge.org/dictionary/english/deforestation
[5] 'Our Common Future Report', Brundtland Rep www.sustainabledevelopment2015.org/AdvocacyToolkit/index.php/earth-summit-history/historical-documents/92-our-common-future
[6] www.wrap.org.uk/about-us/about/wrap-and-circular-economy
[7] skepticalscience.com/climate-change-global-warming-basic.html
[8] www.bbc.co.uk/news/science-environment-11833685
[9] www.sciencealert.com/here-s-how-biodiversity-expertsrecognise-that-we-re-midst-a-mass-extinction; https://www.nationalgeographic.com/science/prehistoric-world/mass-extinction/
[10] www.nationalgeographic.com/magazine/2018/07/embark-essay-climate-change-pollution-revkin/
[11] www.nrdc.org/stories/paris-climate-agreement-everything-you-need-know
[12] www.bloomberg.com/news/articles/2018-09-06/great-barrier-reef-showing-signs-of-recovery
[13] www.un.org/sustainabledevelopment/climate-negotiations-timeline/
[14] www.businessinsider.com/ap-timeline-of-key-events-in-uneffort-against-climate-change-2015-11?r=US&IR=T
[15] www.ajc.com/news/world/what-the-parisclimate-agreement-things-you-should-know/zG6aSruOocgyOvTd4VnP TM/
[16] BBC Online article: 'Final Call to Save the World From Climate Catastrophe' www.bbc.co.uk/news/science-environment-45775309

[17] www.sustainabledevelopment.un.org/?menu=1300
[18] www.dw.com/en/haiti-and-the-dominican-republic-one-island-two-worlds/a-16593022

Capitolul 2

[1] www.channel4.com/news/factcheck/no-plastic-bag-sales-arent-down-90
[2] thegoodshoppingguide.com/blog/success-a-look-at-englands-new-plastic-bag-tax
[3] medium.com/social-innovation-japan/7-surprising-facts-aboutplastic-in-japan-f6920cc8e621
[4] Ellen MacArthur Foundation, www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/EllenMacArthur Foundation_ TheNewPlasticsEconomy_Pages.pdf
[5] thediplomat.com/2018/04/indonesias-citarum-the-worlds-most-polluted-river/
[6] www.plasticseurope.org/en/about-plastics/what-are-plastics/how-plastics-are-made
[7] www.ecowatch.com/fossil-fuels-single-use-plastics-2565595371.html
[8] www.express.co.uk/life-style/top10facts/948862/National-Tea-Day-tea-facts
[9] www.nestandglow.com/healthy-food/plastic-foods
[10] wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/25496/singleUsePlastic_sustainability.pdf?isAllowed =y&sequence=1
[11] mainichi.jp/english/articles/20170819/p2a/00m/0na/002000c
[12] news.nationalgeographic.com/2017/07/plastic-producedrecycling-waste-ocean-trash-debris-environment/
[13] *How to Give Up Plastic: A Guide to Changing the World One Plastic Bottle at a Time*, Will McCallum, Penguin Life (2018)
[14] www.ellenmacarthurfoundation.org/our-work/activities/new-plastics-economy/vision

Capitolul 3

[1] www.fashionrevolution.org/usa-blog/um-and-ah-the-psychologyof-self-justification/
[2] truecostmovie.com/learn-more/environmental-impact/
[3] www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climatechange-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global-warming/#6921327e79e4
[4] www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climate-change-fashionable-the-garment-industry-takes-on-global-warming/#734be43279e4
[5] bettercotton.org/about-bci/cottons-water-footprint-how-one-Tshirt-makes-a-huge-impact-on-the-environment/

[6] www.1millionwomen.com.au/blog/5-crazy-facts-new-fashion-documentary-true-cost/
[7] 'Are You a Consumer of Fast Fashion?', Trusted Clothes.Retrieved 24 April 2019, www.trustedclothes.com/Problem.shtml
[8] truecostmovie.com/christina-dean-interview; www.mckinsey.com/~/media/McKinsey/Industries/Retail/Our%20 Insights/The%20State%20of%20Fashion%202019%20A%20year%20of%20awakening/The-State-of-Fashion-2019-final.ashx
[9] www.contrado.co.uk/blog/what-is-polyester-a-closer-look-intothis-love-it-or-hate-it-fabric/
[10] www.forbes.com/sites/jamesconca/2015/12/03/making-climatechange-fashionable-the-garment-industry-takes-on-globalwarming/#6921327e79e4
[11] truecostmovie.com/learn-more/environmental-impact/

Capitolul 4

[1] Podcast Deliciously Ella with Olio founder Tessa Clarke 'Reducing Food Waste'. deliciouslyella.com/podcast/food-waste-and-climate-change/
[2] theconversation.com/five-ways-the-meat-on-your-plate-iskilling-the-planet-76128
[3] foodrevolution.org/blog/food-and-climate-change/
[4] climateandcapitalism.com/2018/06/26/why-avoiding-meat-and-dairy-wont-save-the-planet/u
[5] sustainablefoodtrust.org/articles/sustainable-food-trustwelcomes-ipcc-report-which-recognises-positive-role-oflivestock-in-climate-change-mitigation/
[6] www.theguardian.com/commentisfree/2018/aug/25/veganism-intensively-farmed-meat-dairy-soya-maize
[7] www.ciwf.org.uk/media/7436369/how-to-transition-to-anourishing-sustainable-equitable-and-humane-food-system-2019.pdf10
[8] www.daylesford.com/blog/daylesford-organic-chickensustainable-approach-feed-growing-appetite/
[9] www.theguardian.com/lifeandstyle/2017/feb/14/sea-to-plateplastic-got-into-fish
[10] www.timetochangewales.org.uk/en/about/news/depression-andsuicide-are-leading-causes-death-within-farming-communitiesuk/
[11] blog.farmguide.in/farmer-suicides-in-india-suicide-notes-ofvishal-pawar-addc9d32183
[12] www.theguardian.com/lifeandstyle/2005/aug/14/foodanddrink.features10
[13] www.theguardian.com/global-development/2018/aug/20/food-waste-alarming-rise-will-see-66-tonnes-thrown-awayevery-second
[14] www.washingtonpost.com/news/theworldpost/wp/2018/07/31/food-waste/?utm_term=.515abce43b05

Capitolul 5

[1] trashisfortossers.com/3-ingredient-homemade-nontoxic-cleaner/
[2] www.treehugger.com/htgg/how-to-go-green-laundry.html
[3] www.theguardian.com/environment/2017/may/07/the-eco-guide-to-laundry
[4] munchies.vice.com/en_uk/article/9kpjed/69-percent-of-britsdont-know-food-waste-contributes-to-climate-change-survey-finds?fbclid=IwAR2A6ykTGV75km8mEZP3G7kF2n83ROwFZvPj9pfpznaPRfY2zncOz9bf330
[5] uk.whogivesacrap.org/pages/about-us
[6] friendsoftheearth.uk/climate-change/renewable-energy-uk-howwind-wave-and-sun-will-power-uk
[7] www.linkedin.com/pulse/can-uk-run-renewables-alonesian-smith/
[8] www.theguardian.com/environment/2011/sep/16/carbon-offsetprojects-carbon-emissions
[9] matteroftrust.org/how-energy-efficient-homes-impactthe-environment/
[10] www.atag.org/facts-figures.html
[11] www.atag.org/facts-figures.html
[12] www.atag.org/facts-figures.html
[13] www.ontheluce.com/carbon-offsetting-flights/

Capitolul 6

[1] www.telegraph.co.uk/news/2018/08/01/decade-smartphonesnow-spend-entire-day-every-week-online/
[2] Boyd & Ellison, 2007, oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/acrefore/9780190228620.001.0001/acrefore-9780190228620-e-369
[3] oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/acrefore/9780190228620.001.0001/acrefore-9780190228620-e-369
[4] www.theguardian.com/commentisfree/2019/apr/15/rebellionprevent-ecological-apocalypse-civil-disobedience?utm_term=Autofeed&CMP=fb_gu&utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR2Qy_1AuKIhsye9N4LVdUAyO9sUOCz3vorPV6ObGbqf9VR9JnC41kxWPrM#Echobox=1555753873
[5] www.nationalgeographic.com/environment/2004/01/consumerism-earth-suffers/
[6] www.counterpunch.org/2016/12/20/rapacious-consumerism-and-climate-change/
[7] www.robertsbridgegroup.com/our-views/business-bewarned
[8] fashionista.com/2018/08/b-corp-certification-requirementsbenefits-Companies

Capitolul 7

[1] *Feminism and Ecology*, Mary Mellor, New York UniversityPress, 1997, p.1
[2] www.undp.org/content/dam/undp/library/crisis%20prevention/disaster/7Disaster%20Risk% 20Reduction%20-%20Gender.pdf
[3] www.bridesofthesun.com/
[4] www.unenvironment.org/news-and-stories/story/empoweringwomen-frontlines-climate-change
[5] womendeliver.org/investment/invest-women-tackle-climatechange-conserve-environment/
[6] www.actionaid.org.uk/about-us/what-wedo/womens-economic-empowerment/food-hunger-and-sustainable-livelihoods/how-climate-change-is-threatening-lives?gclid=EAIaIQobChMI_JO-8uu44wIVS7DtCh0c4gAMEAAYAyAAEgLAS_D_BwE
[7] birthstrike.tumblr.com/
[8] www.huffingtonpost.co.uk/entry/plastic-free-tampons-pads_n_5c0e88a6e4b06484c9fce988? guccounter=1& guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAANIbzQOzBZ_jQtuMfVNdudKL8MboEThYnq7v6KWPHfDgZ8yVfOs_UDfXL6EIxNBC4PUhxHVXuWaAzCdS7SFSwvj1pXhGxC2EkQLtt2Nye62W9E0IAsxt6bYarA8-0F1S3TkQP8sw5HQYdJV2oZ_kkFkVZwg5G6Y2QUu8u3xifky
[9] friendsoftheearth.uk/plastics/plastic-periods-menstrualproducts-and-plastic-pollution
[10] zerowasteeurope.eu/zw-library/reports/
[11] www.telegraph.co.uk/news/2018/11/13/wet-wipes-sold-fiushable-responsible-93-percent-blockages-uk/
[12] science.sciencemag.org/content/359/6377/760
[13] www.theguardian.com/commentisfree/2019/apr/15/rebellionprevent-ecological-apocalypse-civil-disobedience?utm_term=Autofeed&CMP=fb_gu&utm_medium=Social&utm_source=Facebook&fbclid=IwAR2Qy_1AuKIhsye9N4LVdUAyO9sUOCz3vorPV6ObGbqf9VR-9JnC41kxWPrM#Echobox=1555753873
[14] www.monash.edu/environmental-sustainability/news-and-events/latest-news/climate-change-a-first-hand-experience
[15] ejfoundation.org/what-we-do/climate/protecting-climate-refugees
[16] medium.com/insurge-intelligence/escaping-extinction-throughparadigm-shift- 83e33d4cb548